



СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ ЗАПИСКИ

Серія “Філологічна”

Випуск 5

Острого – 2012

УДК: 81.161.2+
81.111
ББК: 81.2 Укр.+
81.2 Англ.
Н 34

*Рекомендовано до друку
засіданням ради факультету романо-германських мов
Національного університету “Острозька академія”
(протокол № 5 від 18 січня 2012 року).*

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Ковальчук І. В., кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри індоєвропейських мов;

Коцюк Л. М., кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської мови та літератури;

Новоселецька С. В., кандидат психологічних наук, доцент, декан факультету романо-германських мов.

Н 34 **Студентські наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острого: Видавництво Національного університету “Острозька академія”. – Вип. 5. – 2012. – 272 с.**

У збірнику містяться студентські статті, присвячені проблемам мовознавства, перекладознавства, літературознавства та лінгвосоціокультурним аспектам комунікації. Збірник рекомендується студентам-філологам та всім, хто цікавиться філологічною наукою.

© Видавництво Національного університету
“Острозька академія”, 2012

Antoniuk Nataliia Mykolaiivna,
National University Ostroh Academy

THE ESSENCE OF LANGUAGE PORTFOLIO AS AN INTEGRAL PART OF MODERN TECHNOLOGIES' FOREIGN LANGUAGE TEACHING

Стаття має на меті розкрити суть поняття ‘мовне портфоліо’, проаналізувати основні його особливості та перспективи розвитку в Україні.

Ключові слова: мовне портфоліо, Загальноєвропейські компетенції володіння іноземною мовою, ноу-хау.

The main goal of the article is to explain the essence of ‘language portfolio’, analyse its main peculiarities and prospects of development in Ukraine.

Key words: language portfolio, CEFR (Common European Framework of References for Languages), know-how.

According to the *Pan-European Recommendations as to Language Teaching*, which outlined the results of the Council of Europe country-members experts’ work in the realm of teaching foreign languages, one of the prominent sectors of its development is ELP (European Language Portfolio). Its concept was formed during the last 10 years and was launched officially in 2001 – the year which was the start of “The European Day of Languages” – 26th of September. It was devised by the Council of Europe, piloted in 15 countries (1998-2000) and has proved its efficiency in practice. In Ukraine Language Portfolio was presented in 2003[1].

Theoretical principles of language portfolio formation are in the centre of attention of the works by M. Glaboniat, M. Muller, L. Wertenschlag, R. Perclova, G. Schneider, P. Lenz, D. Little, J. Trim, A. Dobson, R. Scharer and others.

The ELP is a personal document in which language learners can record and reflect on their language learning and cultural experiences. The portfolio is a personal document, held and regularly updated by

© Antoniuk Nataliia Mykolaiivna, 2012

the learner, which contains three sections: the language passport, the biography and the dossier [4].

ELP uses the levels and descriptors of CEFR (Common European Framework of References for Languages) both for indicating the relative levels of qualifications achieved by holders, and for guiding their self-assessment. The CEFR classifies language competence in **6 levels** and **4 language skills** (Reading, Writing, Spoken Interaction, Spoken Production and Listening): The levels are: **A1, A2, B1, B2, C1, C2** [3].

1. There are two basic functions of a LP:

1. Pedagogic function

2. The documentation and reporting function

Some educational institutions seem to perceive the LP as a viable tool to bundle together different teaching forms and activities, to foster coherence and quality of services and to make learning outcomes visible.

2. Language Portfolio project has two main aims:

– to motivate learners by acknowledging their efforts to extend and diversify their language skills at all levels;

– to provide a record of the linguistic and cultural skills they have [2].

Suggestions concerning introduction of the positive practice of European educators in the educational realm in Ukraine, specifically ELP, can be significant contribution in the education reformation in Ukraine, and what is more important, will assist in Ukraine's integrating into Europe's and world's multicultural community.

Practical experience of European educational establishments concerning the European Language Portfolio implementation has proved to be positive and effective in the Europe's terrain, and approbation of the know-hows on different stages reveals that by the virtue of these technologies new contributory conditions can be provided for Ukrainians to gain consistently and gradually the needed competences. Contribution of the ELP to the development of broad functional plurilingualism and self-reliant citizens is immense. European expertise in this sphere can be successfully applied to Ukraine as a developing country with current educational reforms, all the more few pilot projects concerning the LP implementation, including Language Portfolio for students of universities' economic departments (S. Nikolaieva, N. Yagelska), English Language Portfolio for primary schools' students (L. Yagenych) and a pilot version of ELP for secondary schools (O. Karpiuk) were already launched.

Literature:

1. Гальскова Н. Д. Мовний портфель як інструмент оцінки учня в області вивчення іноземних мов// ІЯШ. 2000. № 5. С. 6-11.

2. Карп'юк. О. Як європейський мовний портфоліо допоможе українським учням стати незалежними // Іноземні мови в навчальних закладах : науково-методичний журнал. "Педагогічна преса". – Київ, 2002 – С. 28-35

3. Wertenschlag L. For whom is the ELP intended? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.europeestaalportfolio.nl/TaalPortfolio/en/show.do?ctx=10010,10171&nav=10170>

4. Heeswijk, Hugo Van. What is the European Language Portfolio (ELP)? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.coe.int/t/dg4/education/elp/ELP-REG/Default_EN.asp

Бадзян Ольга Ігорівна,
Національний університет “Львівська політехніка”

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

У статті проаналізовано особливості та етапи розвитку дистанційної освіти в Україні, головні переваги та недоліки подібного виду навчання.

Ключові слова: дистанційне навчання, дистанційні курси, відео конференція, система освіти.

This article deals with the analysis of peculiarities and main stages of development of distance learning in Ukraine, main pros and cons of such type of studying.

Key words: distance learning, distance courses, videoconference, educational system.

Світовий процес переходу до інформаційного суспільства, а також економічні, політичні і соціальні зміни, які відбуваються в Україні, зумовлюють необхідність прискорення реформування системи освіти. Перш за все це стосується задоволення освітніх потреб громадян протягом всього життя, забезпечення доступу до освітньої і професійної підготовки всіх, хто має необхідні здібності і адекватну підготовку. Найбільш ефективному рішенню вказаних проблем сприяє дистанційне навчання (ДН), здійснюване на основі сучасних педагогічних, інформаційних і телекомунікаційних технологій.

До 2000 року в Україні не було створено нормативно-правової бази для впровадження дистанційної освіти, хоча робота в даному напрямку проводилася в багатьох навчальних та дослідницьких закладах. Проте за технологією дистанційного навчання на рівні спеціально опрацьованих друкованих матеріалів, аудіо– та відеоматеріалів, компакт-дисків з 1996 р. працювали навчальні заклади Києва, Львова, наприклад, Львівський банківський інститут; Київський інститут інвестиційного менеджменту, Львівська філія Української

академії державного управління при Президентові України; Київський національний торгово-економічний університет та ін.

Після прийняття влітку 2000 року Постанови Верховної Ради України № 1851-III, видання указу Президента України № 928/2000 і Наказу № 293 міністра освіти та науки “Про створення Українського центру дистанційної освіти” зросла активність існуючих центрів ДН та виникли нові, наприклад: Українська система дистанційного навчання; Центр ДН Національної академії державного управління при Президентові України. Навчальна мережа глобального розвитку створена Інститутом Світового банку в цій академії і включає багато таких центрів у світі.

З 2004 року Львівська політехніка була залучена до проекту ЮНЕСКО зі створення Центрально-Східно-Європейського Віртуального Університету (CEEVU-UNESCO). Участь у такому Проєкті відкрила великі перспективи для всього навчального процесу в університеті шляхом: спільної участі в міжнародних програмних проєктах; співробітництва з високотехнологічними промисловими компаніями; спільної видавничої діяльності; спільних розробок сучасних дистанційних курсів.

Останнім часом елементи дистанційного навчання активно впроваджуються на кафедрі прикладної лінгвістики Національного університету “Львівська політехніка” [1].

Розроблення ряду дисциплін у формі дистанційних курсів, наприклад з “Теорії і практики перекладу” (автори: Голтвян В. І., Шуневич Б. І.) [2: 105-111] та інших, дає можливість студентам, які з різних причин (хвороба, декретна відпустка, заочне навчання, тимчасова зайнятість на роботі та ін.) мати доступ до цих навчальних дисциплін і викладачів за допомогою Інтернету вчасно вивчити необхідні матеріали, виконати тестові завдання, бути готовими до здачі заліків та екзаменів з цих дисциплін.

До недоліків цієї форми навчання можна віднести поки що високу вартість необхідного для навчання апаратного і програмного забезпечення, доступу до Інтернету, а також почуття ізольованості тому, що бачитися візуально з іншими студентами групи можна лише за допомогою відеоконференції.

Література:

1. Кафедра прикладної лінгвістики НУЛП. – Режим доступу: http://iknit.lp.edu.ua/kafedra_pl.
2. Шуневич Б., Голтвян В. Зміст і модель дистанційного курсу “Теорія і практика перекладу” // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – Ч. I. 2011. – № 13 (224). – С. 105-111.

Беднарчик Роман Миколайович,
Національний університет “Острозька академія”

ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВФЕМІЇ В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ: ЛІНГВІСТИЧНИЙ ПІДХІД

У статті розглядається і конкретизується понятійний апарат евфемії, принципи та мотиви застосування евфемії у публіцистиці з точки зору теоретичного лінгвістичного аспекту.

Ключові слова: *евфемія, лінгвістичний аспект, публіцистика.*

The article reviews the concept of “evfemiia”, principles and motives of its use in publicistic texts from the viewpoint of theoretical linguistic aspects.

Key words: *evfemiia, linguistic aspect, publicistic.*

Мова будь-якого народу тісно пов'язана із його традиціями, менталітетом, культурою. Будь-які зміни в системі цінностей суспільства миттєво позначаються на мовних процесах. Такі динамічні зміни в системі мови найкраще простежуються в текстах масової комунікації, оскільки прагматична спрямованість останніх та їх здатність миттєво відображати події навколишнього світу дозволяють розглядати ЗМІ як чутливий реєстратор усіх мовних явищ, а разом з тим і досліджувати процеси, які відбуваються у мові на сучасному етапі її розвитку. Сьогодні серед англomовних текстів масової комунікації спостерігається зростаюча тенденція до використання так званих “дипломатичних” лінгвістичних засобів, що зумовлено бажанням уникнути комунікативних конфліктів. Найбільш вживаною групою таких засобів є евфемізми.

Незважаючи на досить значну кількість праць, присвячених вивченню поняття евфемії, це явище викликає у науковців суперечності не лише про його відмінність від суміжних явищ (зокрема криптолалії та дезінформації), а й про саме поле дослідження евфемії. Тому **актуальність** дослідження зумовлена недостатнім теоретичним об-

грунтуванням та відсутністю чітких меж явища евфемії.

Сьогодні існує значна кількість наукових праць, присвячених вивченню явища евфемії. Серед найвідоміших робіт у цьому напрямку можна назвати роботи К. Алан та К. Берідж, А. М. Кацева, В. П. Москвіна, Н. М. Потапової, Р. В. Холдера та ін.

Метою статті є уточнення понятійного апарату евфемії в рамках лінгвістичного підходу.

Мета статті передбачає виконання таких завдань:

1. Узагальнити підходи до трактування явища евфемії у лінгвістиці.
2. Провести паралель між евфемією та суміжними з нею явищами.
3. Виділити основні ознаки евфемізмів, на основі яких слово можна класифікувати до розряду евфемізмів.

У науковій літературі евфемія розглядається в трьох аспектах: лінгвістичному, соціальному та психологічному. В межах лінгвістичного підходу евфемія розглядається як “спосіб передачі прямого, вже відомого найменування (антецедента) шляхом створення зауважливих перифразових оборотів” [2: 9].

Безпосереднім засобом вираження евфемії у системі мови є евфемізми. Однак проблема дефініції евфемізмів становить значну складність для дослідників. В межах лінгвістичного аспекту серед науковців можна простежити два підходи щодо дефініції поняття евфемізмів: субституційний (І. Р. Гальперін, О. М. Мороховський) та непрямой номінації (І. В. Арнольд). Субституційний підхід розглядає евфемізми у вузьких рамках, оскільки в його основі лежить концепція заміни грубого слова більш м'яким на основі перенесення значення. Недоліком такого підходу є те, що він не охоплює всі аспекти евфемізації. Зокрема, незрозумілим може бути антецедент евфемізма або ж евфемізм може не мати еквівалента [6: 33]. Прихильники другого підходу розглядають евфемізми у більш широких рамках і вважають що в основі творення евфемізмів лежить вторинна (непряма) номінація. На думку В. М. Телії, “непряма номінація є універсальним та зручним способом вираження різних конотацій у мові” [7: 23]. Окрім вищезазначених існують також і соціолінгвістичний (евфемія як результат соціальних обмежень), лінгвокультурний (особливості евфемії у різних культурах і мовах) та психолінгвістичний (евфемія як захисна реакція мовця) аспекти та аспект теорії мовної комунікації.

Лише врахування всіх цих підходів (а не окремих із них) дозволяє виявити багатогранність та поліфункціональність досліджуваного явища. Тому серед науковців спостерігається намагання інтегрувати всі ці підходи для створення універсального визначення, яке б відображало складну структуру евфемізмів. Найбільш вдалим, на нашу думку, таке визначення є у К. Аллан та К. Буррідж:

“Евфемізм – це вираз, який використовується в якості альтернативи (*лінгвістичний аспект: альтернативою може бути як субституція так і непряма номінація*) небажаному виразу (dispreferred expression) (*під цим терміном науковці розуміють табуйовану лексику. Деякі вчені вважають, що мовні табу виникають сьогодні головним чином через соціальну заборону – див. Бойко Т., Allan and Burridge. Тому ми вбачаємо тут соціолінгвістичний аспект*) з метою уникнути небажаної втрати обличчя: (*психолінгвістичний аспект*) або ж мовця, або аудиторії або третьої особи (*аспект теорії мовної комунікації: окреслено чітке коло учасників евфемії*) [8].

Окремо при визначенні евфемізмів потрібно виділити аспект теорії мовної комунікації. В межах цього аспекту В. П. Москвін, намагаючись відділити евфемію від суміжних явищ (зокрема криптолалії та дезінформації), робить висновок, що головними рисами, які відділяють евфемію від таких явищ є мотиви та кількість і зв'язки між комунікантами. В рамках такого підходу, на думку вченого, криптолалію не можна відносити до евфемії через те, що основним мотивом для використання першої є намагання приховати деяку інформацію від сторонніх осіб тоді як головним мотивом евфемії є намагання, пом'якшити небажану інформацію. Говорячи про склад учасників, вчений зазначає, що до складу ситуативної моделі криптолалії входять три особи: 1) адресант; 2) адресат; 3) контрагент (особа, від якої адресант і адресат намагаються приховати інформацію). Натомість склад ситуативної моделі евфемії в більшості випадків включає лише дві особи: 1) адресанта та 2) адресата. При чому, як зауважує науковець, “в ситуації евфемії фактор третьої особи також важливий, але третя особа тут не є контрагентом...; при евфемії присутність третьої особи може послужити стимулом для використання більш м'яких, але цілком зрозумілих для цієї третьої особи виразів” [5: 61]. Головна відмінність між евфемією та дезінформацією полягає у тому, що вони використовуються з різними мотивами. Загалом можна виділити два мотиви використання евфемізмів у текстах масової комунікації:

1. Евфемія використовується як меліоративний засіб для пом'якшення негативних денотатів. Такий мотив передбачає симетричність відношень табу та евфемії. Зокрема А. М. Кацев робить висновок про те, що евфемія виникає внаслідок табу [4]. Вчені сходяться на тому, що табу було основною рушійною силою формування евфемізмів.

2. Евфемізми розглядаються також як засіб приховування або викривлення інформації особливо у політичному контексті.

В свою чергу В. П. Москвин вважає, що викривлення правди є ознакою дезінформації, а не евфемії. В такому випадку евфемію від дезінформації можна відділити за комунікативною метою: мета евфемії – пом'якшити вираження, а дезінформації – викривити правду. Однак тут серед вчених також немає єдиного погляду. Х. У. Холдер у своєму словнику евфемізмів подає значення слова *defence* як *aggression* [9: 100]. Відповідно фраза *active air defence*, яка використовується для камуфлювання повітряних атак США на В'єтнамі, за Холдером буде евфемізмом. Проте тут ми більше схильні вважати цю фразу дезінформацією, оскільки вона може призвести до неправильного розуміння або нерозуміння інформації, що не є характерною рисою евфемії, адже евфемізм "...не викривляє поняття та не веде до його неправильного тлумачення. Як той, хто використовує евфемізм, так і той, хто його сприймає, розуміють значення такої заміни" [8: 166]. Окрім цього, слово *defence* не перебуває у зв'язках із денотатом антецедента (тобто денотатом слова *aggression*).

Саме через розбіжності у підходах до вивчення евфемізмів одним із першочергових завдань лінгвістики стало встановлення ознак, за якими слово можна класифікувати до розряду евфемізмів. Такими ознаками є:

- стигматичність денотата (під стигмою розуміється не лише негативне забарвлення антецедента, але і його здатність викликати негативні емоції);
- створення позитивної конотації;
- збереження правдивості висловлювання;
- формальний характер покращення денотата, що дозволяє уникнути неясності висловлювання [6: 34];
- чітке коло учасників, кожен з яких виконує певну функцію.

Контroversійність та дезінтегрованість підходів до визначення явища евфемії призвели до розбіжностей серед науковців при вста-

новленні меж цього явища. Уточнення теоретичної бази явища евфемії дозволяє зрозуміти складну структуру евфемії та її відмінності від сумісних явищ, зокрема криптолалії та дезінформації, внаслідок чого можливим стає виокремлення основних ознак евфемізмів для забезпечення об'єктивного дослідження незалежно від обраного підходу.

Література:

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И. В. Арнольд; ред П. Е. Бухаркин. – М. : Флинта, Наука, 2002. – 384 с.
2. Бердова Н. М. Эвфемизмы в современном немецком языке. : автореф. дис. канд. филол. наук : спец. 10. 02. 04 / Н. М. Бердова. – К., 1981. – 19 с.
3. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка [Електронний ресурс] / И. Р. Гальперин. – Режим доступу: enative.narod.ru/theory/manuals.htm
4. Кацев А. М. Языковое табу и эвфемия : учебное пособие к спецкурсу / Кацев А. М. – Л. : изд-во гос. пед. ин-т им. А. И. Герцена, 1988. – 80 с.
5. Москвин В. П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования / В. П. Москвин // Вопросы языкознания. – 2001. – №3. С. 58-70.
6. Потапова Н. М. Краткий обзор некоторых исследований эвфемизмов / Н. М. Потапова // Вестник МГУ. Серия: язык сознание коммуникация. – М. : МаксПресс. – 2007. – Вип. 34. – С. 27-38.
7. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 142 с.
8. Allen, K. Burrige, K. Euphemism, Dysphemism, and Cross-varietal Synonymy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=euphemism+dysphemism+allan&source=webcd=7&ved=0CFsQFjAG&url=http>
9. Holder, R. W. Dictionary of Euphemisms: How not to say what you mean. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – 599. http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:3WrXSttaeRcJ:https://www.latrobe.edu.au/linguistics/LaTrobePapersinLinguistics/Vol%252001/1AllanandBurrige.pdf+EUPHEMISM,+DYSPEMISM,+AND+CROSS-VARIETAL+SYNONYMY*+Keith+Allan&hl=uk&gl=ua&pid=bl&srcid=ADGEESjT3UJ0b6oJ5u5tazaRE7M9UGye9i0DVnTbcp41IpZ-qM3-Yx2jRx13_pT4IjIFeKdtAZEcuCG5Z3Oy85c8ObRJvuJQGdg8p9PSDweAgamoFaH5iQ9-N7GO9dLIs9xh6ZbSd9&sig=AHIEtbT0NYMoXYDq6NHPbUGR-VnEarG58Q

Беклемишева Анжеліка Олександрівна,

Вінницький державний педагогічний університет ім. М. М. Коцюбинського

ІНДИЦІАЛЬНІ ОЗНАКИ ОСОБИСТОСТІ НАРАТОРА В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ПРОЗІ

У статті висвітлено постать наратора у літературному дискурсі та проаналізовано індикціальні ознаки наратології на основі сучасної англomовної прози Дж. Трoлoп.

Ключові слова: наратологія, наратор, індикціальні ознаки особистості наратора.

The article highlights the category of narrator's personality in the literary discourse and the indicial signs of this category described in narratology on the basis of the modern English novel by Joanna Trollope.

Key words: narratology, narrator, indicial signs of narrator's personality.

Наратологія як самодостатня галузь літературознавства виокремилася в 60-х роках ХХ століття і на сьогоднішній день являє собою самостійну дисципліну з власними завданнями, наратологічними школами (французька: Ж. Женетт, М. Баль, тощо; американська: С. Четмен, Дж. Прінс, тощо; німецька: В. Шмід, В. Кайзер) і можливостями вивчення текстів [2 : 93-98].

Одним з найвідоміших досліджень, присвячених вивченню наратології, слід назвати працю німецького лінгвіста В. Шміда "Наратологія", в якій вчений, окрім ознак художньої оповіді, категорії автора та читача, розглядає категорію наратора [2 : 97].

В західному літературознавстві прийнято називати адресанта фіктивної наторської комунікації наратором (лат., англ. "narrator"). В російському та в українському літературознавстві використовуються два терміни – "розповідач" – "повествователь" і "оповідач" – "рассказчик" [1 : 157], котрі розрізняються низкою ознак як, наприклад, "суб'єктивність" – "об'єктивність", "маркованість" – "нейтральність", але спостерігається неоднозначне використання понять "роз-

повідач" та "оповідач", саме це зумовлює використання нейтрального терміну "наратор" [3 : 65].

Наратор конструюється в тексті і сприймається читачем не як абстрактна функція, а як суб'єкт, наділений певними рисами мислення та мови. Тому саме суб'єктність наратора конструює світ, створений за допомогою так-званого споглядаючого розуму, оскільки ще в історії формування наторології як дисципліни наголошувалась призматична функція наратора. Наратор завжди буде наділений точкою зору, яка зумовлена відбором елементів "подій" з метою створення розповіді, де присутність наратора часом помітна, а де і зовсім зникає [3 : 66].

Існують два основних способи зображення наратора: експліцитний та імпліцитний. Експліцитний наратор може називати своє ім'я, розповідати історію свого життя, презентувати образ свого мислення, натомість імпліцитне зображення створюється із допомогою *індикціальних ознак*. В. Шмід зазначає, що вони базуються на експресивній функції мови, а в індикціальному зображенні наратора беруть участь всі прийоми побудови дискурсу художнього твору [3 : 67].

На матеріалі сучасної англomовної прози, а саме роману Дж. Трoлoп "Marrying the Mistress" [4] – "Одружитися з коханкою", можна зробити наступні висновки стосовно індикціальних ознак особистості наратора, *Дієгитичність* наратора зумовлена його перебуванням в рамках художнього простору твору. *Антропоморфність* забезпечує загальний гуманістичний напрямок розповіді. *Оціночність* розповіді – бататогранна, інтерпретація подій і персонажів – суб'єктивна. *Інтроспекція* наратора у душевний світ персонажів підтверджує його спорідненість з конкретним персонажем. *Спосіб зображення* передбачає імпліцитність, яка реалізується через зміну фокалізації.

Бібліографія:

1. Бехта І. А. Дискурс наратора в англomовній прозі. – К. : Грамота, 2004. – 304с.
2. Сіверська С. Ф. Наратологія: джерела, здобутки, перспективи // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2011. – № 1 (212). – с. 93-99.
3. Шмид В. Нарратология. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.
4. Trollope J. "Marrying the Mistress". – Bloomsbury Publishing Plc, London. – 2000. – 312 p.

The article highlights the category of narrator's personality in the literary discourse and the indicial signs of this category described in narratology on the basis of the modern English novel by Joanna Trollope.

Бережницька Христина Богданівна,
Національний університет "Острозька академія"

УТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ І ЙОГО РOLЬ В ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглядаються психологічні та соціальні причини виникнення та місця сленгової лексики у молодіжному мовленні. Розглядаються лексико-семантичні способи словотвору в молодіжному слензі та його функціонально-стилістичні риси.

Ключові слова: молодіжний сленг, молодь, комунікативне середовище.

The article deals with the psychological and social conditions of the origin and the place of slang in the youth's language. It studies lexico-semantic methods of the word building in the youth's slang and its functional and stylistic peculiarities.

Key words: youth's slang, youth, communicative environment.

Сленг є невід'ємною частиною будь-якої розвиненої природної мови, яка пройшла етапи нормативного кодифікування і літературної стандартизації. До певної міри сленг можна вважати стихійною реакцією неприйняття або відторгнення кодифікованої мовної норми у ряді соціальних груп на рівні повсякденного мовного узусу.

При дослідженні молодіжного сленгу стає очевидним те, що сленг як ненормативна, неформальна, стилістично знижена, функціонально обмежена мова віддзеркалює загальну культуру, спосіб життя, моральні цінності, етичні пріоритети молоді, а також її ставлення до інших великих і малих соціальних, етнічних, професійних, корпоративних груп [2:54-59].

Сленг, який використовується в особливих формах мовного спілкування характерних для молоді, набуває актуальності в силу різних причин. Крім властивого для молоді прагнення до оригінальності мовного вираження, сленг може виступати як ознака протесту, як реакція на суспільні протиріччя та життєві негаразди і навіть як

ознака потенційної агресивності, готовності до відкритого зіткнення. Суперництво між представниками різних соціальних груп супроводжується конкуренцією мовних форм і стилів спілкування. Тому групове і міжгрупове спілкування представників різних соціальних груп є середовищем, в якій народжується новий стиль життя і нова мова. Молодіжне комунікативне середовище характеризується використанням всіх лексико-стилістичних реєстрів, тяжіючи при цьому до зниженої лексики. Таким чином, при дослідженні молодіжного сленгу простежуються всі явища, характерні як для самого молодіжного комунікативного середовища, так і для усної комунікації в цілому, а також виявлення функціонального навантаження зниженої лексики.

Молодіжний сленг використовується з метою здійснення номінативної, комунікативної, когнітивної, емоційно-оціночної, експресивної, світоглядної, езотеричної, ідентифікаційної мовленнєвих функцій і складається з одиниць, що мають різну лексикографічну маркованість. Загальними функціонально-стилістичними рисами сленгізмів є перевага конотації над денотацією; дещо негативна й пейоративна спрямованість оціночної семантики окремих сленгізмів; прагнення до лаконічності та семантичної насиченості; розгалужена внутрішня синонімія; багатозначність [1:6].

Для сленгу характерне гротескне підкреслення безглуздой, смішної сторони предметів, явищ, тому слова і словосполучення, що входять до сленгу, є експресивнішими еквівалентами лексичних одиниць, що відносяться до інших пластів словникового складу. Саме специфіка номінації слугує джерелом оціночності, емоційності та експресивності сленгу. Вона може з'являтися в результаті дії словотворчих і лексико-семантичних моделей формування слів

При аналізі мовного матеріалу можна стверджувати, що в сленгу працюють всі характерні для мови моделі словотворення. Проте питома вага окремих моделей в молодіжному мовленні значно перерозподілена. Це пояснюється великою роллю процесів неологізації в сленговій лексиці, стійкою тенденцією до збереження експресивного потенціалу та використання експресивних дублетів, що стають звичними і що втрачають свою образну функцію лексичних форм [3].

Таким чином, сучасний молодіжний сленг, що виникає з потреб вербальної самоідентифікації та посилення мовної виразності, значно розширює експресивну систему англійської мови. У молодіжно-

му середовищі сленг посідає значне місце як засіб виділення індивіду, як своєрідний спосіб вербального спілкування. Сленг як мовна інновація побутує, розвивається та має право на існування.

Література:

1. Колесниченко А. Н. Сленг в англ. и рус. языках: структурно-семантический, функциональный и стилистический аспекты (на материале произведений Д. Сэлинджера “Над пропастью во ржи” и Д. Гуцко “Русско-говорящий”): “Теория языка” / А. Н. Шестакова. – Ростов-на-Дону, 2008. – 28 с.
2. Лапова Е. В. О молодежном жаргоне // Русский язык. – Минск: МГПИИЯ им. М. Тареза, 1990. – №10. – С. 54-59.
3. <http://www.philology.ru>

Бондар Оксана Василівна,
Національний Університет “Острозька академія”

СИНТАКТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЕМФАТИЗАЦІЇ ЯК СПОСІБ ВПЛИВУ НА СЛУХАЧА У ПРОМОВАХ БРИТАНСЬКОГО ЕКС-ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА ГОРДОНА БРАУНА

У статті проаналізовано основні синтактико-стилістичні засоби емфатизації у промовах британського экс-прем'єр-міністра Гордона Брауна та визначено причини вживання даних конструкцій.

Ключові слова: градація, називне речення, анафора, повтор.

Main syntactical-stylistic means of emphasis used in the speeches of British ex-premier Gordon Brown and the reasons for such usage are analysed in the article.

Key words: gradation, nominal sentence, anaphora, repetition.

Політична промова – це заздалегідь підготовлений гостро публіцистичний виступ з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, накресленими планами, перспективою політичних змін. Політичною промовою може бути парламентський виступ як публічне намагання переконати аудиторію в доцільності певної ідеї, заходів, змін. Вираження ідейної позиції завжди вимагає пафосу, який виражається вдалими перифразами, порівняннями і зіставленнями, метафорами та епітетами, антитезами, ствердними запереченнями, гіперболами, експресивним тонуванням [1:56].

Синтаксичний рівень промов Гордона Брауна представлений використанням переважно складнопідрядних речень, довжина яких подекуди сягає 100 слів. Використовується подвійний спосіб викладу інформації: від загального до конкретного і від конкретного до загального. На першому плані промов виступають факти, статистика, приклади на підтвердження тези. Частими є пропуски, незавершені

ність конструкцій, що дає слухачам можливість зробити висновки та самим завершити недоказані речення. В основному всі промови є написані теперішнім, майбутнім стверджувальними часами, надзвичайно поширеним є використання теперішнього перфектного часу.

У побудові речень частим є прийом градації, коли оратор від найменшої ланки поступово переходить до найбільшої: *We can make our homes, our streets and our neighbourhoods safe* [3:21].

З метою підсилення реальності сказаного, створення лише стверджувального образу у слухачів, експресивного змалювання часу дії, місця дії, причини та результату та більшої динамічності описаних подій вживаються поширені називні речення: *Britain of all the talents. A strong Britain; a fairer Britain. Our mission: new Labour renewed. Our values: fairness for all, responsibility from all. Our country: united as one moral community. A great British society*[4:11]

Широко вживаними у промовах Гордона Брауна є повтори на рівні слів, словосполучень та речень. Наприклад :

Britain no longer defined and diminished by the divisive ideology of them and us, of some thing for nothing. Britain that shared national purpose and stripped away our sense of community. Britain no longer defined and weakened by the centralisation that forgot we are both individuals and neighbours [4:9].

У представленому фрагменті ми бачимо явище анафори, коли кожне нове речення починається з повтору одного і того ж слова. У наступному фрагменті ми спостерігаємо повтор на рівні фрази: *No matter where you come from. No matter your background. Nomatter what school you go to* [3:7]

Прикладом повтору на рівні речення є такий уривок: *I stand for a Britain where every one should rise as far as their talents can take them and then the talents of each of us should contribute to the well being of all. I stand for a Britain where all families who work hard can build a better life for themselves and their children. I stand for a Britain where every young person who has it in them to study at college or university should not be prevented by money from doing so. I stand for a Britain where public services exist for the patient, the pupil, the people who are to be served*[3:4]. Анафора, яку ми можемо спостерігати у наведених вище уривках є способом акцентувати увагу аудиторії на тому, що оратор вважає найважливішим.

Ще одним прикладом посилення значення певних частин промови акцентування уваги слухачів на найбільш важливих частинах є засіб стилістичної інверсії: *And on behalf of our country – John, we thank you; What he was really telling us is that...; And it is because of the strength of the British economy that we are able to...; With you I want to listen, hear and learn and to discuss...* [3:21, 4:8, 4:11, 5:7].

Література:

1. Будаев Э. В. Современная политическая лингвистика: Учеб. пособие. – Е. : УрГПУ, 2006. – 267с.
2. Єфімов Л. П., Ясінецька О. А. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз. Учбово-методичний посібник. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 240с.
3. Brown, Gordon. First Speech to the Labour Conference as Party Leader. [Electronic resource]. – 2007. – Mode of access: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/7010664.stm.
4. Brown, Gordon. Speech to Labour Party Conference. [Electronic resource]. – 2005. – Mode of access: <http://www.guardian.co.uk/politics/2005/sep/26/speeches.labourconference>.
5. Brown, Gordon. Speech to US Congress. [Electronic resource]. – 2009. – Mode of access: <http://www.guardian.co.uk/world/2009/mar/04/gordon-brown-speech-to-congress>.

Булат Ольга Русланівна,
Національний університет “Острозька академія”

ЛЕКСИКА НА ПОЗНАЧЕННЯ МОРСЬКОГО ПОБУТУ В РОМАНАХ РАФАЕЛЯ САБАТІНІ “ОДІССЕЯ КАПІТАНА БЛАДА” ТА “ХРОНІКА КАПІТАНА БЛАДА”

Стаття має на меті опис та вивчення специфіки та вживання лексичних одиниць в англомовних текстах про морський побут на основі романів Рафаеля Сабатіні.

Ключові слова: семантичне поле, компонентний аналіз, синтез.

The article deals with description and study of lexical units, connected with sea way of life, which are present in the works of Rafael Sabatini.

Key words: semantic field, component analysis, synthesis.

Семантичне поле є системою, завдяки якій здійснюється вивчення змін у мові. Теорії поля більше ніж сто років, однак це не зменшує цікавості науковців до її дослідження. Ідеї та принципи семантичного аналізу мови, які надалі були об'єднані під загальною назвою дослідження семантичного поля, виникали і складались поступово. Вони беруть свій початок в кінці XIX – на початку XX століть. Формулювання цих ідей та принципів ми знаходимо в працях вчених, мовознавців та інших.

Основний зміст підходів до аналізу та опису лексичної семантики полягає в тому, що поступово утверджується системний погляд на значення слів, який знайшов своє вираження у методі семантичного поля. Основоположником цього поля вважається німецький вчений Й. Тріп [1:98].

Під час розвитку теорії поля як системи, законом розвитку якої вважався закон органічного виокремлення з цілого, Л. Вейсгербер заклав основи компонентного аналізу.

Усестороннє вивчення словникового складу є однією з найбільш-

ших проблем мовознавства. Саме тому він був і залишається цінним і актуальним об'єктом наукових досліджень.

Мета роботи полягає в дослідженні лексики англійської мови, що позначає морський побут.

Об'єктом дослідження є специфіка та вживання лексичних одиниць в англомовних текстах про морський побут.

Предметом дослідження є лексичні одиниці, які використовуються в романах Рафаеля Сабатіні “Одіссея капітана Блада” та “Хроніка капітана Блада” та позначають морський побут.

Найефективнішим у дослідженнях змістового аспекту значення одиниць мови є компонентний аналіз, з яким ми і працювали у даному дослідженні. Компонентний аналіз – метод лінгвістичного вивчення значень слів, суть якого полягає в розщепленні значення слова на складові компоненти, які називають семами, семантичними множниками і, зрідка, маркерами [2:6].

Методика компонентного аналізу передбачає не тільки розщеплення значень на складники, а й їх синтез. Компонентний аналіз застосовують не лише в теоретичних дослідженнях лексичної семантики. Він широко використовується в лексикографії. Новий тип тлумачних словників, де значення слів тлумачаться в термінах семного (компонентного) аналізу, вигідно відрізняється від традиційних адекватною, об'єктивною і вичерпною семантизацією [3:4].

Шляхом компонентного аналізу лексики у творах Рафаеля Сабатіні було виділено такі основні лексико-семантичні поля: типи кораблів (*ship, frigate, craft, sloop, boat, cockboat*) деталі будови кораблів (*board, deck, cabin, gangway, mast, anchor*), дії членів команди корабля (*to take on board, to go by the board, to lie at anchor, to aboard, to take in tow*).

Також в ході дослідження цієї теми було зібрано та систематизовано лексику англійської мови, класифіковано лексику морського побуту, описано семантичну структуру одиниць лексики, а також проведена детальна квантитативна характеристика лексико-семантичних полів.

Отже, аналіз лексики у романах Рафаеля Сабатіні “Хроніка капітана Блада” і “Одіссея капітана Блада” дозволяє стверджувати що насиченість і варіативність лексичних одиниць, які є засобом відтворення морського побуту у творах є відповідними як у мові оригіналу, так і в мові перекладу.

Література:

1. Антомонов А. Ю. Исследование структурной организации лексико-семантического поля / А. Ю. Антомонов. – К., 1987. – 191 с.
2. Цветков Н. В. К методологии компонентного анализа // Вопрос языкознания. – 1984. – №3.
3. Goodenough W. Componential Analysis and the Study of Meaning. “Language”, 1956. – V. 32. – № 1.

Гвоздова Марія Миколаївна,
Національний університет “Острозька академія”

ПРИЧИНИ ІСНУВАННЯ НЕОДНОЗНАЧНОСТІ ПІД ЧАС ПОШУКУ ВІДПОВІДНИКІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

Метою цього дослідження є дати коротку характеристику причин існування “невідповідності” відповідників, що з нею так часто зустрічається перекладач.

Ключові слова: переклад, відповідники, лексична одиниця, мовлення.

The article deals with the research to define main characteristics of the reasons for existence of “inconsistency” of equivalents, which the interpreter often faces.

Key words: translation, equivalents, lexical unit, speech.

Важливим завданням двомовного лексикографа є вміння вибрати відповідники в мові перекладу так, щоб вони не суперечили, й більше того були максимально наближеними до мови оригіналу за значенням. Дуже рідкісними при перекладі є абсолютні відповідники, які у двох різних мовах позначали б повністю однакові поняття. Існує достатньо причин існування відмінностей між відповідниками у двох різних мовах.

Актуальність дослідження полягає в тому, що на сучасному етапі все ще надзвичайно помітною є проблема вибору відповідників з мови оригіналу на мову перекладу, а визначення причин цих труднощів покликане полегшити роботу перекладача.

Метою цього дослідження є дати коротку характеристику причин існування “невідповідності” відповідників, що з нею так часто зустрічається перекладач.

Перш за все, мови різняться відповідними граматичними категоріями. Значення граматичної категорії “plural” в арабській мові, наприклад, відрізняється від значення її в англійській. Арабська має три числа (однина, двоїна та множина), тоді як англійська – всього

два (однина і множина). Стать, або рід є іншою граматичною категорією, яка відрізняє одну мову від іншої. В арабській мові, наприклад “місяць” є іменником чоловічого роду, а “сонце” – жіночого, тоді як у французькій мові – все навпаки.

Мови також відрізняються частинами мовлення. Тоді як англійська, та й більша частина індоевропейських мов мають по вісім частин мовлення, існують і такі мови, в яких є тільки три частини іменник, дієслово і частка. Мови відрізняються не тільки кількістю частин мови, але й характеристикою тієї самої дії чи стану. Такі англійські слова як “food”, “faith” і “love” повинні були б перекладатись як дієслова в мазатецькій мові Мексики [1: 15-16].

Лексична одиниця однієї мови може навіть не мати лексичної одиниці, яка відповідала б їй в іншій мові. Значення цієї лексичної одиниці може бути виражене засобами іншої мови на інших її рівнях, окрім лексичного (наприклад, стилістичному чи граматичному) [2: 133].

Іншим аспектом є й те, що дві різні мови використовують різні граматичні категорії для означення того самого поняття. Для прикладу, для перекладу речення “I met a friend.” на українську потрібно визначитися з вибором роду (“друг” чи “подруга”). В англійській мові ця категорія відсутня. З іншого боку при перекладі з української мови на англійську словосполучення “він приїхав” потрібно зробити вибір між “he arrived” і “he has arrived”.

Цікавим є те, що лексична одиниця може мати підходяще денотативне значення в одній мові, але її відповідник в іншій мові може мати небажаний підтекст. Не тільки речі пов’язані з статевими зносінами чи розмноженням вважаються вульгаризмами. В деяких країнах, наприклад, навіть називання своєї бабусі за ім’ям вже вважається образою [3: 236-237].

Лексична одиниця в одній мові може складатися з двох компонентів, тоді як її відповідник у іншій мові може мати один, чи три і більше складових частин. Наприклад, в німецькій мові привітання “Guten Tag!” в англійській може бути передана просто одним словом “Hello!”.

Дві пов’язані між собою лексичні одиниці в двох різних мовах можуть мати різні семантичні рівні. Для прикладу українське слово “палець” відповідатиме двом англійським словам “finger” і “toe”.

Варто зазначити, що іменники та прикметники мови перекладу не завжди можуть вважатися відповідниками іменників та прикметників мови оригіналу. Коли граматична категорія існує в мові оригіналу, але її відповідна граматична категорія відсутня в мові перекладу, потрібно шукати заміники у ролі інших лексичних одиниць.

Коротко охарактеризувавши найпомітніші причини несходження відповідників у мовах при перекладі, помітним є те, що вони існують на всіх рівнях мови; і для якісного перекладу потрібно усвідомлювати, що недостатнім є просто знайти слово найближче за значенням, а потрібно зважати на його характеристики на всіх мовних рівнях.

Література:

1. Eugene A. Nida, “Analysis of Meaning and Dictionary Making, ” International Journal of American Linguistics, 24 (1958), 279 pages.
2. J. C. Carford. ‘Translation and Language teaching, ’ in Linguistic Theories and Their Application (London: AIDELA, 1967), – 130 pages.
3. Roman Jakobson. ‘On linguistic aspects of translation, ’ in On Translation, ed. By Reuben A. Brower (Cambridge, Mass. : Harvard Univ. Press, 1959), 233 pages.

Глівінська Анастасія Валентинівна,
Національний університет "Острозька академія"

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ АНГЛОМОВНОГО ТЕКСТУ КОМІЧНОГО ЖАНРУ

Метою статті є опис сприйняття англomовного тексту комічного жанру, його психолінгвістичні особливості та опис стадій реалізації комічного комунікативного наміру.

Ключові слова: психолінгвістичний процес, гумор, абсурд, іронія.

The main goal of the article is to describe perception of English comic texts, main psycholinguistic peculiarities and denote stages of realization of comic communicative intention.

Key words: psycholinguistic process, humour, nonsense, irony.

Незважаючи на те, що психологічна та фізіологічна природа гумору є однаковою для всіх, в кожній культурі наявні специфічні засоби створення комічного. Це створює деякі труднощі для сприйняття іншомовних жартів. Проблема вивчення комічного є однією з найскладніших тем загально-гуманітарного характеру. В літературі комічне визначається як смішне, що містить в собі соціальну та естетичну природу. Сприйняття ж комічного є складним психолінгвістичним процесом, оскільки адресат має володіти не лише знаннями мови, але й розвинутим естетичним смаком. Проблематикою сприйняття тексту, комічного в тому числі, та лінгвістичними засобами реалізації гумору займалися багато вчених-лінгвістів, а саме В. П. Белянін, Л. Калмикова., В. Т. Бондаренко, Ю Борев, А. Д. Кутоян, Д. М. Вавринюк, В. Н. Вакуров, О. О. Володина, О. Ю. Конова-лова, А. Б. Левицький, М. О. Паніна, В. А. Самохіна, О. Ю. Титаренко та ін. однак будучи явищем багатогранним, англійський гумор потребує подальшого вивчення.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю детальнішого вивчення процесу створення та сприйняття англomовного комічного

тексту. Об'єктом дослідження є сучасні англomовні жарти, предметом – психологічні особливості їх сприйняття. У процесі дослідження використовується метод лінгвістичного опису – для вивчення мовленнєвих засобів створення комічного, контекстологічний – для виявлення засобів реалізації комічного, гіпотико-дедуктивний метод – для аналізу та класифікації комічних текстів.

Формами прояву комічного в мистецтві є: гумор, сатира, фарс, сарказм, іронія, гротеск, карикатура тощо. Щодо форми побудови жарту, то він може проявлятися на фонетичному, словотвірному, граматичному та орфографічному рівнях, а також стосуватися культурних особливостей, логіки та уявлень про світ загалом. англійський гумор має кілька різновидів, наприклад, *dry sense of humour* – іронія, *banana skin sense of humour* – примітивні жарти, для того, щоб розсмішити когось, достатньо послизнутися на банановій шкірці, *shaggy-dog stories*, в яких смішне базується на аналогії висловлюваного. [3]

В основі жарту як виду комічного лежить абсурдність. Реалізація комічного комунікативного наміру здійснюється миттєво, проте умовно можна виділити кілька стадій, а саме намір пожартувати, оцінку ситуації, висловлення жарту, оцінка реакції адресата. Для адекватної реакції адресата необхідна його відповідна установка, тобто потрібно враховувати прийняті в даній культурі норми поведінки і відповідно до них включати типові дебюти, розгортання та розв'язки. У колективній мовній свідомості виділяються такі ознаки повідомлення смішної ситуації: наявний оповідач смішної історії і той, хто розуміє або не розуміє жарт; простота або вишуканість подачі жарту; пряма або прихована подача смішної історії; приналежність смішної історії до певного жанру.

В лінгвістиці виокремлюються деякі труднощі сприйняття англomовних жартів, а саме мовні труднощі (семантична різноманітність слів, омоніми, фразеологізми, конверсовані та авторські слова) та труднощі культурно-країнознавчого характеру (власні назви, слова на позначення реалій, діалектизми та ін.) [1]

Англійській лінгвокультурі характерна висока вимогливість до тримання тактовності.

Особливими ознаками ситуації англomовного гумористичного спілкування є такі моменти:

1) комунікативний намір учасників спілкування уникнути серйозної розмови,

2) гумористична тональність спілкування, тобто прагнення скоротити дистанцію і критично переосмислити в м'якій формі актуальні концепти,

3) наявність певних моделей гумористичної поведінки, ухвалені цією лінгвокультурою. [4]

Отже, комічне є багатогранною категорією, що проявляється на різних рівнях тексту. Розгляд психолінгвістичного підходу є безумовно важливим, оскільки гумор є важливою складовою англосовітської культури та однією із важливих естетичних категорій взагалі.

Література:

1. Лук А. Н. Про почуття гумору і дотепності. – М., Мистецтво, 1968. – 192 с.
2. Мікеш Джордж. Как быть иностранцем. Английский юмор: вместо души подтекст. [електронний ресурс] – Режим доступу: http://exlibris.ng.ru/before/2006-03-02/3_inostranec.html
3. Поцепцов Г. Г. Язык и юмор (“Language and Humour”) – К., 1990.
4. А. А. Проскуріна. Прецедентные тексты в англоязычном юмористическом дискурсе// Міжнародна науково-практична конференція. Матеріали конференції. – СПб, 2003. – С. 44-46.

Гончарова Ірина Юрійна,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ СОЦІАЛЬНО-ДІАЛЕКТНОЇ ЛЕКСИКА У ТЕЛЕМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ

У статті проаналізовано вплив ЗМІ на формування соціальних діалектів та виокремлено їх особливості.

Ключові слова: мас медіа, сленг, соціальний діалект.

The article deals with the influence of mass media on formation of social dialects and distinguishes main features of these dialects.

Key words: mass media, slang, social dialect.

Засоби масової інформації виступають не тільки місцем ідейних дискусій, але й стають тією ланкою, яка активно сприяє формуванню і виробленню мовних норм, на якій “апробуються” окремі новотвори, виразно акумулюються загальні зміни лексичного складу мови. Загально відомим є вплив телебачення як сукупності суспільних уявлень про нормативну правильність мови, хоча й не рідко на телемедійному просторі приймають мовний узус за мовну норму. Предметом нашого дослідження є відзначення характеристичних ознак, пов'язаних із взаємодією різних стратифікаційних шарів словникового складу сучасної української мови. Ідеться, зокрема, про проникнення у телевізійний простір не літературно-нормативної лексики – соціального діалекту (соціального жаргону).

Під соціальним діалектом розуміється відгалуження загальнонародної мови, уживане в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп населення. Цей лексичний шар характеризується специфічними особливостями у формуванні, доборі й використанні певної частини лексичних та фразеологічних засобів. Соціальне (соціально-професійне) розшарування суспільства, а отже, і його мова залежить від рівня розвитку продуктивних сил. Серед різновидів соціальних діалектів зазвичай виділяють професійні і групові жаргони, різновиди напіврозмовних одиниць мовлення як

засобу спілкування. Явища диференціації мови з ширшою соціальною базою характеризуються як просторіччя або сленг. Нашу увагу також привернули титри, що подаються до російськомовних текстів телевізійних серіалів, наприклад: “*мне плевать*” (рос.) розмовний стиль – “*мені байдуже*” (укр.) нейтральна лексика. Широко відомий та часто вживаний соціально-діалектний вираз при перекладі як бачимо втрачає стилістичну маркованість. Або “*базар к тебе есть*” (рос.) кримінальний жаргон – “*розмова до тебе є*” (укр.) нейтральна лексика. Хоча, Пономарев В. Т. автор видання “Бизнес сленг для новых русских”, відносять вираз до бізнес-сленгу та ділового мовлення (у послідовності); “*пахан*” (рос.) – “*ватажок*” (укр.) нейтральна лексика. Такі вирази й подібні становлять шар соціальної лексики, що має бути віднесений до напівнормативної. Намагання відійти від суржику, у перекладі соціальних жаргонізмів сприяло утворенню перекладних варіантів: “*он смылся*” (рос.) – “*втік*” (укр.); “*хватит вышивать*” (рос.) – “*достить лаяться*” (укр.); “*по чесноку*” (рос.) – “*чесно*” (укр.). У мові засобів масової інформації, часто вживаються, наприклад, такі лексичні одиниці, як: “*кент*” – “*знайомий*”, “*облом*” – “*невдача*”. Соціальні діалекти виникають внаслідок дії різних причин, з-поміж яких – тоді, коли мова йде про молодіжний сленг, – слід виділити свідому або несвідому опозицію молодого покоління до існуючих мовних норм відносно застиглої суспільної системи. Вплив молодіжного сленгу на засоби масової інформації ще два десятиліття тому був непомітним, як сьогодні. Коли лексика молодіжного сленгу активно поповнюється за рахунок лексем злочинного або напівкримінального жаргону.

Узагальнюючи викладене, можна сказати, що завдяки телемедійному просторові соціальні діалекти тиражуються, елементи ненормативної лексики певних соціальних груп та прошарків входять до повсякденного вжитку. Надто сильна їхня активність у телемедійному просторі потребує відповіді на питання, до чого ведуть процеси в сучасній українській мові – до збіднення чи до збагачення української мови.

*Гордасевич Віолетта Ігорівна,
Національний університет “Острозька академія”*

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті розглядаються методи перекладу англійських неологізмів пов'язаних із науково-технічним прогресом.

Ключові слова: неологізм, переклад, еквівалент.

The article is devoted to methods of translation of English neologisms connected with scientific and technical revolution.

Key words: neologism, translation, equivalent.

В умовах науково-технічного прогресу, який охоплює нові галузі та явища суспільства, надзвичайно зростає роль перекладу неологізмів як засобу, що обслуговує економічні, суспільно-політичні, наукові, культурно-естетичні та інші відносини народів.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю перекладу неологізмів, які виникають як наслідок науково-технічного прогресу. Загальновідомим є той факт, що велика кількість нових слів з'являється до вжитку щоденно, що призводить до необхідності їх вивчення, опису та адекватного перекладу.

Матеріалом дослідження слугувала суцільна вибірка неологізмів (1000 слів) із он-лайн словників, “The Longman Register of New Words”, “The Oxford Dictionary of New Words”, та он-лайн газета “Independent” (2009-2011 р.).

Джерельна база. Питанню еволюційних процесів у мові присвячено низку наукових праць, серед яких дослідження О. С. Кубрякової, Ю. О. Жлуктенка, М. Д. Степанової, Ю. А. Зацного, І. В. Андрусак, Г. А. Міклашевської та ін.

У дослідженні використовувалися такі **методи** – метод системного підходу (дослідження неологізмів у сфері комп'ютерних технологій у сучасній англійській мові та варіація способів їх перекладу)

та метод аналізу та синтезу (визначення часової конотації новизни неологізмів останніх десятиліть та способи їх творення).

Лексична система галузі інформаційних технологій має динамічний характер, про що свідчить виникнення нових лексичних утворень для позначення інноваційних розробок у цій галузі. Тому надзвичайної актуальності набуває вивчення способів перекладу англійських неологізмів на українську мову. Дослідження показує, що при перекладі комп'ютерних термінів використовуються наступні способи:

- 1) транслітерація (транскрипція);
- 2) калькування;
- 3) експлікація;
- 4) переклад на основі аналогії (із застосуванням стандартної лексики в межах відмінної конотації).

Шляхом *транслітерації* або *транскрипції* було запозичено такі терміни, як *chat* (чат), *hacker* (хакер), *printer* (принтер), *file* (файл), *site* (сайт), *driver* (драйвер) та ін. [4:125]

Під *калькуванням* розуміють переклад частин іншомовного слова (складного, похідного або словосполучення) з подальшим складанням елементів в одне ціле. Прикладами калькування є переклад таких термінологічних словосполучень, як: *access code* – код доступу, *autorepeat* – автоматичний повтор, *absolute disc read* – абсолютне зчитування з диску [2:109].

Одним з поширених способів перекладу комп'ютерних термінів, що використовується задля адекватного відбиття семантики терміну, є *експлікація*. Експлікація полягає у поясненні нового терміну засобами, що існують у мові перекладу. Особливо ефективним даний засіб є при перекладі багатокомпонентних словосполучень, елементи яких не мають у мові перекладу відповідних еквівалентів. Напр., *Random Access Memory* – запам'ятовуючий пристрій з вільною вибіркою, *cache hit* – успішний пошук у кеш-пам'яті [1:115].

ЛО англійської мови розвивають нові значення задля позначення нових понять та об'єктів. Прикладами функціонування ЛО у новому лексико-синтаксичному варіанті є такі терміни, як *multiplication* – арифметична операція, що виконується процесором, *menu* – список команд, *program* – комп'ютерна програма (*переклад на основі аналогії*).

Таким чином, актуальність вивчення та опису неологічних одиниць зростає, і при перекладі неологізмів іншими мовами безпо-

середня увага звертається на їх структуру та наявність еквівалентів-відповідників у мові перекладу. В залежності від цих чинників, використовуються такі способи перекладу неологізмів як транслітерація, калькування, експлікація, та переклад на основі аналогії.

Література:

1. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: Автореф. дис. канд. філол. наук. – К., 2003. – 15 с.
2. Зацний Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство: Збагачення словникового складу сучасної англійської мови. – З. : ЗДУ, 2001. – 243 с.
3. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. – М. : Международные отношения, 1974. – С. 45
4. The Longman Register of New Words, – М. 1990.

Горчак Роман Святославович,
Національний університет “Острозька академія”

АНГЛІЙСЬКА ТА УКРАЇНСЬКА МОВНА ТРАДИЦІЯ В ЕТИКЕТИ

Стаття має на меті аналіз та порівняння англійської та української мовної традиції в етикеті у загальнокультурному контексті.

Ключові слова: етикет, вітання, співрозмовник.

The purpose of this article is to analyse and compare English and Ukrainian etiquette traditions as a part of the whole cultural context.

Key words: etiquette, greeting, interlocutor.

Неабияку роль у вихованні культури спілкування засобами мовного етикету двох народів відіграє те, що під час опрацювання етикетних зразків створюються відповідні умови для розширення кола обізнаності підлітків у сфері морально – етичної культури, формування вмінь адекватної оцінки виховного потенціалу мовного етикету. Етикет кожного народу є своєрідним еталоном ввічливої мовленнєвої поведінки громадян суспільства, виразником людської гідності й честі. Тому дослідження культурологічних аспектів видається особливо актуальним у наш час, оскільки українська мова набула статусу державної, її починають вивчати як іноземну в багатьох країнах світу.

Набір українських народних привітань досить різноманітний та поліфункціональний: *Добрий день! Доброго дня! Добридень! Добрий ранок! Доброго ранку! Здрастуйте! Здоровенькі були! Доброго здоров'я! Дай, Боже, добрий день!* Суто народними є вітальні вислови *Здоровенькі були! Здоров був!* Такі привітання часто зустрічаються в народних казках, наприклад: “Здорова була, дівчино! – каже Котигорошко. *Здоров був, парубок! Ти чого сюди зайшов?*” або “Ох виліз із того пенька та й каже: *Здоров був, чоловіче! – Здоров, Ох!*” [1, 231].

У наш час так вітаються при зустрічі переважно добре знайомі люди, причому як молодші зі старшими, так і навпаки. Вибір того чи іншого вітання залежить від пори дня, ступеня близькості співрозмовників, від того, якою справою займається в даний момент людина.

В арсеналі англійського мовного етикету також нараховується певна кількість вітальних виразів: *How do you do?, Hi!, Good morning!, Good afternoon!, Hello!* Одним з поширених англійських вітань є *How do you do?*. Це формальне привітання використовується в ситуації знайомства після того, як обидва комуніканти третьою особою були представлені один одному. Привітання *How do you do?* не потребує відповіді від співрозмовника, посмішка цілком може замінити відповідь. Така форма вітання може використовуватися при знайомстві з людиною будь – якого віку, статі, соціального статусу, воно є універсальним, проте не можна не відзначити офіційний відтінок його вживання. А такі привітання, як *Good morning!, Good afternoon!, Good evening!*, що відображують час, можуть використовуватися у звертанні до будь – якої особи, без урахування її диференційних ознак.

Досить яскравою ознакою ввічливого поведіння в суспільстві є також вживання усталених мовних зворотів, які використовуються в ситуації вибачення. У порівнянні з іноземною мовою, в українській мові прохань-вибачень є значно більше, ніж відповідних англійських реплік. Багатьом українським зворотам, типу *Перепрощую! Пробачте заради Бога! Вибачте на цьому слові! Даруйте! Пробачте, будь ласка! Прости Господи! Дозвольте мені вибачитися перед Вами! Я не можу не вибачитися перед Вами! Даруйте мені, прошу!* адекватних формул в англійському етикеті майже не існує. Потрапивши в незручну ситуацію, англієць матиме обмежений вибір таких конструкцій:

1) *I'm sorry* – спонтанне висловлення співчуття й жалю на адресу співрозмовника з приводу якоїсь неприємності;

2) *Excuse me (Pardon me, I beg your pardon)* – формули вибачення за незручності, вчинені співрозмовнику;

3) *Forgive me* – звертання з вибаченням за більш серйозні вчинки по відношенню до співрозмовників.

Норми і правила поведінки, що їх сповідує англійська та українська спільнота, – відтворюють рівень і стан її зрілості, досконалості, цивілізованості, самодостатності. Бо взаємини між людьми віддзеркалюють саму сутність народної психіки, народного харак-

теру. Українці із споконвіку притаманними їм рисами – доброзичливістю, чутливістю, гуманізмом, культурою – виробили розвинуту систему мовленнєвого етикету – умовних стереотипів спілкування, в підґрунті яких – прагнення до порозуміння, злагоди, гнучості. Загальноанглійські правила і норми мовленнєвого етикету поширені на всіх теренах, де проживають англійці. Але поряд із ними – не замінюючи, а швидше доповнюючи їх – вживаються і дещо відмінні засоби поштових спілкування, засновані на місцевих традиціях, звичаях, обрядах і віруваннях.

Література:

1. Сучасна українська мова / За ред. О. Д. Понамарева. – К., 1997. 261 с.
2. Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some universals in language usage. 2 ed., Cambridge, 1987. 338 p.
3. Goffman E. Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior. New York, 1967. 342 p.
4. Goffman E. Relations in public. New York, 1971. 157 p.
5. Leech G. N. Language and tact. Trier, 1977. 121 p.

*Господаренко Аліна Ростиславівна,
Національний університет “Острозька академія”*

ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ “КАТЕГОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ” (на прикладі англійських художніх творів)

Стаття має на меті дати визначення “категорії ввічливості”, проаналізувати існуючі наукові погляди стосовно цього питання та встановити важливість цієї категорії у міжкультурній комунікації.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, “категорія ввічливості”, стратегія.

The purpose of the article is to denote the “category of politeness”, analyse different scientific approaches and define importance of this category in cross-cultural communication.

Key words: cross-cultural communication, “category of politeness”, strategy.

Норми мовної поведінки відрізняються значною національною своєрідністю, що обумовлено історичними, соціальними та культурними особливостями народу, який говорить цією мовою [1, с. 8]. Однак існують деякі загальноприйняті правила, яким слідують або повинні слідувати комуніканти в процесі спілкування, якщо вони прагнуть досягти взаєморозуміння, тобто керуватись у своїй мовній діяльності принципом співробітництва. Даний принцип передбачає необхідність дотримання таких правил і стратегій ведення бесіди і побудови висловлювання, як, наприклад:

“Говори по суті справи” (“Be relevant”), “Не кажи того, для чого у тебе немає достатніх підстав” (“Do not say that for which you lack evidence”), “Будь стислим” (“Be brief”), “Уникай двозначності” (“Avoid ambiguity”).

Перераховані вище правила дотримуються в бесіді, що має на меті максимально ефективний обмін інформацією, наприклад, у ді-

ловому або науковому спілкуванні, однак у повсякденному мовленні, як показують спостереження, дані правила дотримуються далеко не завжди, а іноді й повністю порушуються. Очевидно, існують і інші принципи, які регулюють мовний взаємодія співрозмовників і мають естетичний, соціальний чи моральний характер, на що вказує і Г. Грайс [2, с. 45]. Одним з таких принципів є принцип ввічливості, або, інакше, принцип такту, вплив якого часто грає вирішальну роль в оформленні висловлювання, у відборі коштів у неформальному спілкуванні. Ввічливість як предмет лінгвістичного вивчення неодноразово привертала до себе увагу мовознавців (Lakoff, 1993; Формановская, 1979; Leech, 1983; Brown, Levinson, 1987; Kasper, 1990; Карасик, 1992; Rathmayr, 1997 і ін).

Р. Лакофф формулює принцип ввічливості у вигляді трьох правил: “Не нав’язуй свої думки” (“Do not impose”), “Давай співрозмовнику можливість вибору” (“Give options”), “Будь доброзичливий” (“Make the listener feel good. Be friendly”) [3, с. 45].

Дотримання принципу ввічливості накладає певні обмеження на поведінку членів суспільства, які полягають в тому, щоб враховувати інтереси партнера, рахуватися з його думками, бажаннями і почуттями, полегшувати, по можливості, покладені на нього завдання. Дотримання принципу ввічливості в кінцевому рахунку має на меті досягнення максимальної ефективності соціальної рівноваги і дружніх відносин. Принцип ввічливості визначається як особлива стратегія мовної поведінки, спрямована на “запобігання конфліктних ситуацій”, мета якої “зберегти обличчя” в ситуаціях, коли існує загроза “втратити обличчя”.

Провівши дослідження, ми помітили, що найчастіше категорія ввічливості у художніх творах проявляється у наступних випадках:

1) вживання апелятивів типу вибачте, пробачте, даруйте, мені шкода та їх еквівалентів в англійській мові: Excuse me! Sorry! I am awfully sorry for.. !

б) використання формул мовленнєвого етикету типу зробіть мені приємність, будьте ласкаві, чи не могли б ви: Could you do me a favour? Can/Could you tell me... ? Would you mind telling me.. ? May I ask you.. ?

в) використання модальних конструкцій для вираження міри впевненості висловлюваного припущення perhaps, of course, maybe,

surely, I suppose, I think, I imagine. I hope, модальних дієслів у функції припущення, а також показників логічного виведення типу so, then, and, but, as far as I can see.

г) часто вживаною є також форма висловлення вдячності: Thank you! I am very grateful to you.. !, для підсилення яких вживаються прислівникові вирази a lot, very much, so much, really, thousand, from the bottom of my heart.

Отже, категорія ввічливості відіграє велику роль не тільки в повсякденному спілкуванні, але й у процесі міжкультурної комунікації, оскільки вона характеризує рівень культури всього суспільства.

Література:

1. Формановская Н. И., Шевцова С. В. Мовний етикет. – М. : Вища школа, 1990
2. Grice HP Logic and Conversation. – New York: Academic press, 1975. – Vol. 3
3. Lakoff R. Language in Woman's Place. – Language in Society, 1973. – No. 2
4. Засоби вираження ввічливості в сучасній англійській мові: [Електронний ресурс] – <http://referats.allbest.ru/languages/8700389449.html>
5. Лінгвопрагматичні стратегії збереження “листя” мовця: [Електронний ресурс] – <http://referatu.com.ua/referats/54/44647/?page=11>

*Гребенюк Іванна Михайлівна,
Національний університет "Острозька академія"*

ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ПОЧУТТЯ ЛЮБОВІ

Завдання статті полягає у тому, щоб визначити лексичні особливості вираження почуття любові та простежити специфіку цього вираження на рівні тексту

Ключові слова: любов, дискурс, емоційність.

The task of the article is to determine lexical peculiarities of love expression and to follow the specifics of this feeling expression on the level of the whole text.

Key words: love, discourse, emotionality.

Тема любові постійно описується багатьма мислителями. Вербальне вираження почуття кохання пов'язано із соціокультурними нормами суспільства. Мовлення закоханих обумовлюється соціальними, культурними, історичними, психологічними факторами, що дозволяє виділити його в окремий дискурс – дискурс кохання, який має особливості як вербального, так і невербального характеру.

Актуальність теми дослідження зумовлена загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на розгляд лексичних та психосемантичних особливостей вираження почуття любові, а також особливостей її відображення у художніх текстах.

Метою даної публікації є визначити лексичні особливості вираження почуття любові та простежити специфіку цього вираження на рівні тексту.

Об'єктом роботи є вербалізоване в сучасній англійській мові почуття кохання, концептуальна інформація, закладена у вербальних засобах його вираження.

Предметом публікації виступають мовні засоби вираження почуття любові у сучасній англійській мові: окремі лексеми та словосполучення.

У спілкуванні закоханих поєднуються елементи як особистісного, так соціально-детермінованого дискурсів. З одного боку, комунікація між закоханими визначається як спілкування, якому притаманне використання лексичних одиниць або висловлювань, що мають символічне значення лише для двох закоханих. Використання цих лексичних одиниць або висловлювань кимось іншим може розглядатися як порушення приватності, оскільки вони втілюють тенденцію мовців до створення емоційної близькості. З іншого боку, мовлення закоханих має характеристики соціальної детермінованості, а також характеризується наявністю ритуальних компонентів у спілкуванні закоханих. Ці елементи найяскравіше простежуються у комунікативній ситуації "освідчення у коханні", яка є культурним текстом, що включає в себе елементи різних кодів: акціонального, предметного, вербального, персонального та темпорального.

Основними загальними рисами дискурсу кохання є його підвищена емоційність, ритуальність, реалізація пароліній функції мовлення (вживання мовних одиниць символічного значення, які відомі лише закоханим) та кооперативно-спрямованої стратегії ввічливості, більша порівняно з іншими комунікативними ситуаціями тенденція до граничної відвертості про себе, наявність особливого культурно-детермінованого невербального коду [1].

Дискурсивні особливості мовлення закоханих залежать від психологічного портрету кожного із учасників такого спілкування. Теоретичною базою при виділенні в дискурсі кохання типових особистостей-учасників спілкування закоханих стало поняття "мовної особистості", яке активно розробляється сучасною лінгвістикою [2].

З метою визначення лексичних одиниць, що використовуються закоханими під час спілкування було опрацьовано низку англійських любовних романів, в результаті чого було створено вибірку зі слів, які певним чином пов'язані з вираженням почуття любові.

Любов як почуття має різні особливості вираження залежно від її особливостей. Беручи до уваги відібрану та опрацьовану лексику, любов можна поділити на чотири основних типи: любов-дружба, любов-пристрасть, романтична любов та невзаємна.

Дружба є тісно пов'язана з любов'ю. Лексика, яка позначає це почуття певною мірою зображає схожість вираження (наприклад, такі слова як *warm, sympathy, devotion*). Багато людей ототожнюють ці два почуття, так як вважають, що вони нерозривно пов'язані між собою.

Пристрасне кохання характеризується бурхливістю та палкістю почуттів, любовним потягом, переживанням (наприклад, *passion, to adore, tremor*). Крім того, це кохання відрізняється від інших своєю скороминучістю. Порівняно з романтичним коханням, пристрасне є менш пов'язаним з духовною близькістю людей.

Характерною рисою мовлення романтичних закоханих є вживання "естетичної" та позитивно-оцінної лексики, що вживається відносно фізичної або духовної краси об'єкта кохання (наприклад, *dear, honey, romantic, sensual*).

Основною стратегією особистості маніакального закоханого є здійснення сильного емоційного впливу (вербально та невербально) на адресата з метою втримання та контролю над його почуттям. З тактикою викликання емоцій співчуття та жалощів у адресата пов'язані мовні прийоми опису власного почуття як вкрай болісного, такого, що має сильний вплив на самопочуття мовця (наприклад, *to endear, to idolize, torment, to adore*).

Отже, говорячи про любов, важливим є те, що люди розуміють, вживаючи теплі та ніжні слова, розмовляючи з своїми близькими. Поняття кохання репрезентує для більшості певну психологічну реальність, не змішувану з іншими близькими поняттями. Виділені структурні особливості кохання дають можливість, вірніше, допомагають ближче наблизитись до розуміння протікання процесу почуття.

Література:

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева – М. : Сов. Энциклопедия, 1990. – 247 с.
2. Кононенко В. І. Концепти українського дискурсу / Кононенко В. І. – Київ – Івано-Франківськ: Плай, 2004. – 248 с.
3. Gordon Lucy. Beauty and the boss. – First North American Publication: Harlequin Books, 1999 – 248 p.
4. Hamilton Ruth. The Corner House. – Bantam: Transworld Publishers, 1998 – 560 p.
5. Robins Denise. Set me free. – Great Britain: Coronet Books, 1990 – 256 p.

Гринчук Андрій Вікторович,
Національний університет "Острозька академія"

СПІВВІДНОШЕННЯ ПОЛІВ ДОБРО-ЗЛО НА ОСНОВІ УКРАЇНСЬКОЇ (КОТИГОРОШКО) ТА АНГЛІЙСЬКОЇ КАЗКИ (JACK THE GIANT-KILLER)

Стаття розкриває основні принципи співвідношення полів ДОБРО-ЗЛО, виражених лексичними одиницями, що зустрічаються у англійській казці "Jack the Giant-Killer" та українській казці "Котигорошко".

Ключові слова: семантичне поле, лексична одиниця, поняття.

This article deals with the basic principles of the GOOD-EVIL field correlation marked by the lexical units which can be found in the English fairytale "Jack the Giant-Killer" and the Ukrainian fairytale "Kotigoroshko".

Key words: semantic field, lexical unit, concept.

Постійно зростаючий інтерес науковців до сфери взаємозв'язків між мовною та культурною спадщинами народу є однією з основних передумов проведення цього дослідження. ЛО є носіями унікальної інформації про народ, що сприяє у питанні глибокого пізнання національного менталітету, [2, с. 78].

А. В. Кунін зазначає, що образність мотивованої ЛО створюється в результаті двопланового сприйняття ЛО та її значення. Поняття експресивності значно ширше, воно включає і інші категорії: [19, с. 88].

Актуальність наукового дослідження полягає в тому, що у сучасній англійській мові не вистачає спеціалізованих досліджень, питання частково аналізуються, не опановують усіх сторін багатого та своєрідного фактологічного матеріалу.

Мета дослідження передбачає систематизацію ЛО, що пов'язані з поняттям добра і здійснення їх семантичного аналізу.

Для виконання даної наукової роботи нами були передбачені **наступні завдання**: систематизацію та опис ЛО, пов'язаних з понят-

тями добро та зло на прикладі української (Котигорошко) та англійської казки (Jack the Giant-Killer);.

Об’єкт дослідження ЛО, що визначають поняття добро та зло в англійській і українській мовах;

Предметом дослідження є семантична характеристика ЛО одиниць, пов’язаних з групою слів добро та зло на прикладі казок.

Під час дослідження в даній роботі були використані методи опису, вибірки ЛО та компаративний метод.

Для аналізу одиниць на позначення добра і зла в українській мові взято казку “Котигорошко”. Принцип добра в казки закладений у лексемах на позначення родинних стосунків, тварин, природних явищ, позитивних якостей та позитивних дій. Позитивним значенням наділені лексеми на позначення *родинних стосунків* “брати”, “сестра”, “діти”, “батько”, “мати”, хоча лексему “брати” водночас можна віднести і до поля “ЗЛО”, оскільки ці герої “зрадили” свого визволителя і брата Котигорошка. Позитивну роль у казці відіграють тварини “гриф” та “пташенята”, які слугують рятівниками головного героя. Із добрими силами у казці асоціюється такий вид зброї як “булава”.

Для вираження поняття “ЗЛО” у казці використовуються лексеми на позначення людських та *фантастичних істот*, місця, зовнішніх ознак та дій, напрямлених на зло. Із силами зла асоціюються такі істоти як змії, що є фантастичною істотою, оскільки наділений як надприродною силою, так і вмінням говорити (важливо, що змії є людоджером). Лексема “люди” слугує невираженим представником зла: “люди”, помітивши силу Котигорошка, хочуть вбити його, і саме думка “людей” наштовхує братів на зраду свого визволителя. Для підтримки балансу боротьби добра і зла лексеми на позначення цих явищ вживаються по чергово у казці, із накопиченням лексем на позначення зла на початку (змій, темниця) для підкреслення зав’язки конфлікту.

Англійська казка “Jack the Giant-Killer” (“Джек–винищувач гігантів”) також має в основі мотив боротьби добра і зла. Джек, на відміну від Котигорошка, не наділений надприродною силою.

Лексичні одиниці на позначення добра у казці можна поділити на наступні сфери: позитивні якості, людські істоти, абстрактні явища. Серед *людських істот*, які у казці передусім асоціюються з добром, можна назвати Короля Артура (King Arthur), що часто супроводжується ознакою “good” (добрий, хороший), часто “прекрасних леді”

(beautiful ladies), лицарів, зокрема Лицарів Круглого Столу (Knight of the Round Table), одним з яких і стає головний герой. *Позитивні якості* охоплюють як зовнішні, так і внутрішні риси, наприклад для опису Джека використовуються наступні прикметники: “brave” (хоробрий), “clever” (кмітливий), “noble” (благородний), “honest”. Особливе значення у казці надається таким *абстрактним явищам* як “перемога” (victory), “пригода” (adventure) та “весілля” (wedding). Якщо поняття “перемога” та “весілля” вже конотативно несуть в собі позитивне значення, то “пригода” здобуває безпосередньої асоціації з добром.

ЛО на позначення зла у казці “Джек–переможець гігантів” можна по групувати наступним чином: істоти, негативні якості, місця.

Істоти, що уособлюють зло у казці – це передусім “гіганти” (giants), проти яких боротьбу головний герой Джек. Їм допомагають “маги” (magicians), жоден з яких не встає на сторону добра у казці. Усі вони переможені.

Негативним якостям наділяється у казці особлива роль. Їх можна розділити на ті, що описують людей під владою гігантів: “бідні” (poor), “нещасні” (unhappy); на такі, що характеризують істот, які уособлюють зло: “жахливий” (terrible, horrible), “жорстокий” (cruel) “злий” (wicked), “страшний” (dreadful); та на такі, що характеризують обставини, які створюють істотами зла “темний” (dark).

Місця, що асоціюються зі злом у казці – це передусім місця проживання гігантів, такі як “печера” (cave), “замок” (castle), “ворота” (gate).

Отже, під час аналізу ЛО на позначення добра і зла у англійській казці “Jack the Giant-Killer” та українській казці “Котигорошко” виявлені наступні закономірності:

– Для обох казок характерно зосередження як позитивних, так і негативних якостей в істотах як людських, так тваринних і фантастичних

– Обидві казки використовують власне позитивні чи власне негативні якості для підсилення образу добра і зла

– У обох казках присутні дії, що направлені на зло та дії, направлені на добро

– Зображення як добра, так і зла, концентрується в англійській казці на абстрактних поняттях і явищах; в українській акцент на добро робиться через абстрактні поняття, на зло – через зовнішні ознаки.

Література:

1. Апресян Р. Постигание добра / Р. Апресян. – М. – Мол. гвардія. – 1986. – 207 с.
2. Вихованець І. Р. Частини мови в семантико–граматичному аспекті. – К. : Наук. думка, 1988. – 256 с.
3. Іваненко Н. В. Концепт добра у контексті філософії мови // Наукові записки. Серія Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В. В. Винниченка, 2002. – Вип. 44. – 136-140 с.
4. Пономарів Д. О. Сучасна українська мова. – К. : Вища школа, 1990. – С. 92.
5. <http://dictionary.reference.com/browse/evil>
6. <http://nota.triwe.net>

Грицюта Ольга Анатоліївна,
Національний університет "Острозька академія"

ГУМОРИСТИЧНА ПАРАДИГМА БРИТАНСЬКОГО МЕНТАЛІТЕТУ

У статті досліджується специфіка вираження британського менталітету на прикладі англійських анекдотів.

Ключові слова: ментальність, гумор, дискурс.

This article is devoted to the specifics of British mentality expression based on the English anecdotes.

Key words: mentality, humour, discourse.

У вивченні іноземної мови важливим елементом є знання культури народу, мова якого вивчається. Культура народу є досить широким поняттям, що ще й досі не отримало чітко окреслених рамок визначення. Таким же є і поняття ментальності народу. Ментальність як особлива характеристика народу включає в себе дуже велику кількість елементів. Так, наприклад, англійська ментальність є широко дослідженою. Численні науковці (Блок, Граус, Ле Гофф) виділяли риси характеру, притаманні цій нації.

У сучасній науці дотепер бракує спеціальних досліджень, присвячених детальному аналізу народної творчості Англії з точки зору ментальності. Новою є концептуальна спрямованість прийомів, що використовуються, взаємопроникнення і переосмислення різноманітних теорій ментальності. Гумор англійця є витонченим, а тому прочитання і розуміння анекдотів вимагає від читача не просто знань мови, а й додаткових знань про культуру та менталітет народу, докладання інтелектуальних зусиль, виявлення здатності і бажання розуміти вказівки й натяки, врахування яких необхідне для дешифрування смислів твору. Отже, актуальністю даної роботи є детальне дослідження специфіки вираження британського менталітету на прикладі англійських анекдотів, оскільки ця тема не є достатньо розглянутою і висвітленою.

Повертаючись до визначення ментальності у англійській сфері,

ми повинні згадати генезис розвитку народу в цілому. Процес формування англійської нації був детермінований наступними умовами:

- острівним положенням територій нинішньої Великобританії;
- вимушеною асиміляцією предків сучасних англійців (бриттів, “Britons”) представниками численних племен-завойовників: кельтами, римлянами, англами, саксами, ютами, скандинавськими вікінгами й норманами.

Таким чином, в англійському національному характері були історично закріплені англосаксонська практичність і хоробрість вікінгів, кельтська мрійність і норманська дисципліна[2:67].

Анекдот як жанр гумористичного спілкування будується на абсурді, при цьому певна ситуація виглядає абсолютно безглуздою, але не зачіпає змістовних життєвих орієнтирів адресата.

A little boy runs down into the lounge and shouts “Daddy, daddy, can I have another glass of water?”

His father replies, “What’s wrong with you son, that’s your eleventh glass of water in a row”.

“I know, my bloody bedroom’s on fire”. [6:51]

На противагу гумору абсурду існує гумор реальності, наприклад, надмірний переляк людини через дурницю, очевидна дурість, спроба здаватися краще, ніж насправді, пастка, в яку потрапляє сам мисливець тощо.

Слід зазначити, в будь-якому випадку комічно лише те, що трохи виходить за рамки прийнятих норм. Приклад комічної реальності:

“Broken off your engagement to Mary?”

“She wouldn’t have me.”

“You told her about your rich uncle?”

“Yes. She’s my aunt now.” [6:12]

Анекдот як жанр гумористичного спілкування може бути успішним тільки з урахуванням соціальних типів учасників дискурсу, на яких він розрахований: виділяються дитячі, чоловічі, жіночі, студентські, армійські та інші анекдоти. Освічені люди гумористично обіграють значимі для них теми, які закриті для сторонніх.

Наприклад:

Q: What’s the difference between a shark and a consultant?

A: One is a vicious, flesh-eating scavenger, and the other is a fish [6:42].

Анекдот є жанром гумористичного спілкування, яке обумовлене наміром викликати добродушний сміх як м’яку критичну реакцію на безглуздість, тобто на невідповідність між тим, що є і як повинно бути згідно встановленим нормам поведінки. Звідси виділяють напівсерйозну і жартівливу різновидності несерйозної комунікативної тональності. Щодо англійського гумористичного спілкування, варто зазначити, що його специфіка полягає в тенденції активно використовувати напівжартівливий стиль поведінки. Ця тенденція узгоджується з принципом високого самоконтролю поведінки, який є одною із домінантних ознак британської лінгвокультури.

Англійський гумор – це досить витончене відображення їхнього бачення дійсності. Для того, щоб зрозуміти жарти англійців потрібно усвідомити їхній світогляд, взяти до уваги особливості розвитку їхньої країни, розташування країни, також потрібно враховувати історичні події в житті цього народу. Саме беручи до уваги всі ці моменти, можна вловити зміст англійського гумору. Не потрібно робити поспішних висновків стосовно невдалим англійських жартів, адже гумор англійця гострий та іронічний. Чужий гумор потрібно вивчати так само, як і чужу мову. Щоб всі розуміли один одного.

Примітка:

1. Акопов Г. В. Феномен ментальности как проблема сознания / Г. В. Акопов Т. В. Иванова // Психол. журн. – 2003. – № 1. – 155с.
2. История ментальностей и историч. антропология. Зарубежн. исследования в обзорах и рефератах. М. : Рос. гос. гуманитарн. ун-т, 1996, – 621с.
3. Ле Гофф Ж. Ментальности: двусмысленная история. в сб. : История ментальностей и историч. антропология. Зарубежн. исследования в обзорах и рефератах. М. : Рос. гос. гуманитарн. ун-т, 1996, – 121с.
4. Ле Гофф Ж. С небес на землю. (Перемены в системе ценностей. ориентации на хр. Западе XII – XIII вв.) // Одесей 1991, – 126с.
5. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / Корнилов О. А. – М. : ЧеРо, 2003. – 349с.
6. Корнилова Т., Григоренко Е. Сравнение черт характера в английских студентов, журнал “Вопросы психологи” №5, 1995, – 183с.
7. Красных В. В. Этнопсихолнгвистика и лингвокультурология / Красных В. В. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.
8. Мощанская О. Л. Образ мятежника в народно поэтическом творчестве Англии средних веков и последующая литературная традиция // Литературные связи и проблема взаимовлияния. – Горький, 1984. – 65 с.

Груша Наталія Іванівна,
Національний університет “Острозька академія”

РОЛЬ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ У СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті наводяться результати дослідження студентського сленгу та окреслюється його роль у спілкуванні.

Ключові слова: сленг, спілкування, жаргон.

This article shows the results of the student slang research and determines the role of the slang in the process of communication.

Key words: slang, communication, jargon.

Люди вживають сленгові вирази для того, щоб виглядати сучасними. По-перше, при спілкуванні вони вживають сленг не тільки для передачі інформації, але і для вираження власного світогляду, ідей, для підкреслення власної особистості та того, що вони йдуть в ногу з часом. По-друге, сленг – одна з форм влиття в колектив і засіб бути адекватно сприйнятим у тій групі людей, з якою ведеться спілкування [3:211]. Адже вони не вживають сленг постійно, вони користуються ним в більшій мірі в тих ситуаціях, коли сподіваються на розуміння. Майже завжди молоді люди заперечують той факт, що вони вживають сленг навмисно, вони наголошують на тому, що вживання сленгу відбувається підсвідомо.

Не дивлячись на значну кількість досліджень, присвячених молодіжному сленгу, які з'явилися останнім часом, багато проблем, що відносяться до даної тематики, потребують подальшої розробки; це, зокрема відноситься до вживання сленгізмів; фактори, спричиняють вживання саме таких слів та найбільш вживані молоддю сленгові слова та вирази.

Предметом дослідження є роль сленгової лексики у студентському середовищі.

Об'єктом дослідження постають сленгові утворення, які використовують студенти НаУОА.

© Груша Наталія Іванівна, 2012

З метою з'ясування ролі сленгової лексики у студентському середовищі було проведено соціологічне опитування серед студентів різних факультетів Національного університету “Острозька академія”.

Було опитано вісімдесят респондентів, які були опитані за допомогою анкетування. В анкетах вони отримали наступні запитання:

1. Чи використовуєте Ви у своєму мовленні жаргонні слова?
2. Якщо так, то що саме спричиняє їх вживання?
3. Вкажіть жаргонні слова та вирази, які Ви вживаєте найчастіше.

Поясніть їх.

Результати опитування були наступними:

1. Із вісімдесяти опитуваних досить часто у своєму мовленні вживають жаргонні слова 30%, інколи – 60%, ніколи – 10%. Отже, переважна частина респондентів вживає жаргонні слова та вирази лише інколи.

2. Як зазначили респонденти, вживання жаргонних слів спричиняють наступні фактори:

- **вплив оточення і друзів** – 42, 5% опитуваних;
- **звичка** – 60% респондентів;
- **прагнення не вирізнятися серед інших** – 75%;
- **недостатній літературний словниковий запас** – 20% опитуваних;
- **бажання бути сучасним** – 57, 5% опитуваних.

3. Сленгові слова та вирази, які вживають студенти, є досить різноманітними і відмінними у різних групах людей. Наприклад, лексему “розуміти” в одній компанії звикли замінювати словом “шарити”, а в іншій – “розчохлятися”. Так само існують певні слова та вирази, які притаманні саме певній групі студентів. Наприклад, для вираження подиву одні використовують слова “я в шоке”, для інших більш характерними є слова “я холодний”, “я в трансі”, “ти що гоніш?” і навіть “хай мене покрасять” [2:107].

Така різноманітність викликана насамперед тим, що молоді люди прагнуть вирізнятися не лише як окрема суспільна група, але і як особистості, у даному випадку це відбувається з допомогою мовно-виражальних засобів. Через це багато студентів намагаються ще більше урізноманітнити своє мовлення власними новотворами.

Отже, провівши опитування серед студентів Національного університету “Острозька академія” можна стверджувати, що більшість молодих людей нашого вузу використовують сленг у їх навчально-

му та повсякденному житті. Це допомагає їм стверджуватися, вдосконалюватися та займати чільне місце серед інших.

Сленг забезпечує близькість. Він часто виконує важливу соціальну функцію, яка полягає у виключенні або включенні людини у близьке оточення, вживанні тієї мови, яка функціонує у певному колі людей, у певній професії [1:45]. Сленг – лексична інновація у певному культурному контексті. Певні групи людей вживають сленг, тому що "їм не вистачає політичної влади" [4:89]. Це просто безпечний та ефективний спосіб протесту проти чогось встановленого, проти мовних правил. Як бачимо, у молодіжному середовищі сленг посідає помітне місце як засіб виділення індивіда із маси і спосіб вербального (мовного) спілкування.

Література:

1. Дорда В. О. Статус студентського сленгу та адгерентних груп англomовної ненормативної лексики. /Дорда В. О. // Вісник СумДУ. – Суми: СумДУ, 2006. – №3. – С. 91-182.
2. Запесоцкий А. С., Фаин Л. П. Эта непонятная молодежь. /Запесоцкий А. С., Фаин Л. П. // – М. : Просвещение, 1990. – с. 164-199.
3. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. /Зацний Ю. А. // – Запоріжжя: Запорізький держ. ун-т., 1998. – С. 62-101.
4. Иванова Г. Р. Территориальная дифференциация английского университетского сленга. /Иванова Г. Р. // – М., 1991. – С. 152-186.

*Гулько Дар'я Вадимівна,
Національний університет "Острозька академія"*

ЗАЛУЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ РЕСУРСІВ У ПРОЦЕС ВИВЧЕННЯ МОВИ

У статті наголошується на актуальності залучення сучасних технологій під час навчального процесу та проводиться аналіз електронних ресурсів, які можуть бути використані під час вивчення мови.

Ключові слова: електронні ресурси, вивчення мови, аналіз.

This article is focused on the modern technologies actuality during the studying process and the analysis of the electronic resources which can be used while language studying.

Key words: electronic resources, language studying, analysis.

Питання, чи є електронні ресурси корисними в процесі вивчення мови на рівні окремих її складових, сьогодні втратило свою безпосередню властивість. Відповідь є настільки очевидною, зрозумілою та беззаперечно схвальною що не потребує зайвих доказів. Говорячи про те, яким чином електронні ресурси сприяють засвоєнню матеріалу, варто сказати, що вони надають можливість вивчати мову, підлаштовуючи процес під себе, а не себе – під процес. Інтерактивні заняття не лише покращують знання, але й залишають позитивні враження від процесу вивчення [2:23].

Актуальність роботи полягає в поширенні застосування електронних ресурсів та комп'ютерних технологій під час вивчення мови. У дослідженні приділялася увага аналізу причин результативності введення електронних ресурсів в навчальний процес.

Об'єктом дослідження є іноземна мова. Предметом дослідження є електронні ресурси які можуть бути використані під час вивчення мови. Мета та предмет дослідження вимагають вирішення наступних завдань:

– зазначити фактори які спричинили залучення електронних ресурсів в навчальний процес;

– розглянути, що це спричиняє та що пропонує.

Постановка проблеми. Потребу у розробці та прийнятті концепції залучення електронних ресурсів у процес навчання зумовлено, насамперед, істотними змінами в сфері освіти, що спричинені швидкими темпами введення електронних носіїв інформації та електронних навчальних матеріалів у сучасний навчальний процес усіх університетів світу. Вагомий вплив на сучасну освіту здійснюють Болонський процес та бурхливий розвиток педагогічних практик [3].

Інформаційне суспільство вимагає від освіти під час підготовки конкурентноздатних фахівців не лише нових умінь і знань, але й перебудови стратегічної діяльності, спрямованої на врахування особливостей суспільства глобальної компетентності. Йти в ногу з часом, ефективно використовувати електронні ресурси стали не просто важливими але визначними факторами.

Застосування сучасних інформаційних технологій у навчальному процесі вищого навчального закладу потребує змін у методиці викладання всіх дисциплін. Це пов'язано з тим, що викладач перестає бути для студента єдиним джерелом інформації. Сьогодні можна скористатися мережею Інтернет та знайти майже все, що тебе цікавить. Орієнтація на формування репродуктивних навичок, таких як запам'ятовування та відтворення, за традиційного навчання замінюється на розвиток умінь співставлення, синтезу, аналізу, оцінювання, виявлення зв'язків, планування. "Використання електронних ресурсів у навчальному процесі поступово вносить зміни в невід'ємні елементи традиційної системи освіти, замінюючи дошку і крейду на електронну дошку і комп'ютерні навчальні системи, книжкову бібліотеку на електронну, звичайну аудиторію на мультимедійну" [4].

Спостерігається зв'язок між освітніми і інформаційними технологіями та формування на їх основі абсолютно нових комплексних технологій навчання. В умовах поширеного використання інформаційних ресурсів назріла проблема розробки принципів правильного та ефективного користування цими ресурсами. Введення електронних ресурсів з метою інтенсифікації навчального процесу передбачає відповідний методологічний підхід [1].

Висновки. Факторами, які спричинили залучення електронних ресурсів в навчальний процес, є зміни в сфері освіти та всезагаль-

ний розвиток інформаційного суспільства який створює безпосередній попит. Стало неможливим бути професіоналом у своїй справі ігноруючи новітні технології. Крім беззаперечного прогресу та полегшення умов навчання вони нас також зумовлюють до розробки найбільш ефективних методів їх застосування.

Література:

1. Федоров А. И. Информационные технологии в физической культуре и спорте. Программа и методические указания. – Челябинск. – 2004. – 100 с.
2. Digital Language Learning: analyzing computer programs teaching English vocabulary in Dutch secondary schools: thesis of MA in Applied Linguistics Faculty of Liberal Arts University of Groningen: 13-06-2011/ Marit Blom. – 23-26 с.
3. Концепція розвитку електронного (е-) навчання в НТУ "ХПІ" на 2009 – 2016 роки/ [Л. Л. Товажнянський, В. О. Кравець, Г. І. Грін та інші]. – режим доступу: http://cde.kpi.kharkov.ua/cdes/New/Conception_eL.pdf
4. Морзе Н. В. Моделі ефективного використання інформаційно-комунікаційних та дистанційних технологій навчання у вищому навчальному закладі. / Н. В. Морзе, О. Г. Глазунова. – наукова стаття. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ejournals/ITZN/em6/content/08mnvshi.htm>

*Джиган Надія Григорівна,
Національний Університет “Острозька академія”*

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ОЗНАКИ РЕАЛІЗАЦІЇ НЕПРАВДИВОГО ВИСЛОВЛЮВАННЯ

У статті дається коротка характеристика неправдивого висловлювання, його форм та різновидів, вказуються ознаки реалізації такого виду висловлювання.

Ключові слова: неправдиве висловлювання, вербальні, невербальні ознаки.

This article deals with the brief characteristics of untruthful statement, its forms, types, and indications of a false statement realization.

Key words: untruthful statement, verbal, non-verbal features.

Неправдиве висловлювання або ж (як його зазвичай називають у повсякденному житті) брехня існує стільки ж, скільки існує саме людство. Вона стала невід’ємною частиною життя людей, хочуть вони цього чи ні. Брехня та обман нерідко впливають на рішення певної людини у певній ситуації, її поведінку а часом і життя. Отож **актуальність** цієї роботи обумовлюється тим, що неправдиві висловлювання повинні досліджуватись із різних сторін та аспектів, адже вони прямо впливають на життя людей. **Метою** цієї статті є дати коротке формулювання неправдивих висловлювань та їхніх різновидів. Завдання роботи:

1) дати коротку характеристику неправдивого висловлювання, його форм та різновидів;

2) вказати науковців та роботи, в яких вже порушувалась дана проблема.

Об’єктом цієї статті є неправдиві висловлювання, **предметом** – їх ознаки та види.

Питанням неправдивих висловлювань науковці почали займатись відносно недавно, хоча ще стародавні мудреці написали не

одну книгу про брехню та обман. Одним із перших спробував дати класифікацію брехні англійський вчений та філософ Френсіс Бекон. Втім, ще задовго до Бекона арабський мудрець Абд-ар-Рахман аль-Джавбарі у своїй книзі “Зірвані покриви”, намагався розібратися у формах неправди.

На більш сучасному етапі (20 століття) проблемою брехні та її проявів займався відомий американський психолог та письменник Поль Екман (“Психологія брехні”), Алан Піз – відомий австралійський письменник (“Мова жестів”), Б. Шалютін, К. Мелітан та багато інших.

Розглядаючи визначення брехні, можна навести зокрема такі: “Брехня є вплив суб’єкта А на суб’єкта В, здійснюване через втручання у систему орієнтації останнього допомогою розташування суб’єкта А в зоні орієнтації у знакової реальності, яку, на думку А, неадекватно репрезентує деяку значущу для В дійсність” Шалютіна Б. С. [4] За визначенням Поля Екмана “брехня або обман – це дія, якою одна людина вводить в оману іншу людину, роблячи це навмисно, без попередження про свої цілі та без чіткого вираження зі сторони жертви брехні прохання не розкривати правди”. [3] Брехня за своїми формами поділяється на умовчання (замовчування правди) та умисне спотворення (акт висловлення фактів, що не відповідають дійсності). [2]

Потрібно також чітко розмежовувати поняття брехні, обману та неправди. Адже брехня – це свідоме спотворення знаної суб’єктом істини, обман – напівправа, що провокує розуміє її людини на помилкові висновки з достовірних фактів, а неправда – це висловлювання, засноване на омані або неповному знанні.

Ознаки реалізації неправдивого висловлювання можна поділити на вербальні та невербальні. Вербальні ознаки – це ті, які відносяться до озвучування брехні, власне те, що каже брехун. До цієї групи можна віднести запинки, повтори, нечіткість мовлення, непослідовність подій у розповіді та навіть те, активний чи пасивний стан дій, про які розповідається. [1] Невербальні ознаки – це ознаки, які пов’язані з мовою тіла та жестів. До невербальних ознак можна віднести знаки (сигнали, значення яких є абсолютно ясным), жести (особливо недоречні), міміка (різноманітні зміни у виразі обличчя), стрес (виявом якого для прикладу прискорене дихання) та мимовільні звички (торкання волосся чи мочки вуха). [1]

Отож, можна сказати, що вивчення проявів реалізації неправдивого висловлювання є важливим науковим завданням в силу самого об'єкту дослідження та відносно недавнього початку дослідження цієї проблеми.

Література:

1. Альбрехт У., Венц Дж., Вільямс Т. Шахрайство. Промінь світла на темні сторони бізнесу. – СПб, 1995. – С. 14-60.
2. Горський Д. П. Брехня як стан свідомості // Питання філософії. 1989. – № 11. – С. 64-76.
3. Екман П. Психологія брехні. – СПб: Пітер, 2000. – С. 23-114.
4. Шалютін Б. С. Людина брешуть // Людина. – 1996. – № 5. – С. 151-159.

*Дзьоба Юлія Андріївна,
Національний університет "Острозька академія"*

ЕМОЦІЙНИЙ ВПЛИВ СТИЛІСТИЧНИХ ФІГУР НА СПРИЙМАННЯ СУДОВИХ ПРОМОВ

У статті розповідається про роль стилістичних фігур як особливих мовних засобів вираження емоційності у англійських судових промовах.

Ключові слова: стилістична фігура, судова промова, експресивність.

This article deals with the importance of stylistic figures as particular language means of emotional expression in the English judicial speeches.

Key words: stylistic figure, judicial speech, expressiveness.

Дослідження судових промов на сьогоднішній день є невичерпаним та актуальним. Ця тема приваблює своєю багатогранністю та поєднанням багатьох лінгвістичних аспектів в контексті юриспруденції та психології. Особливо цікавим та перспективним є стилістичний аспект, а саме застосування стилістичних фігур, як основного засобу емоційного впливу на реципієнта. Роль паралельних синтаксичних конструкцій, еліптичних та інвертованих речень, простих епітетів, ідіоматичних виразів, фразеологізмів, метафор безсумнівно привертає увагу філолога, оскільки стилістичні фігури несуть значне емоційне навантаження і є основним полем нашого дослідження. Проблемним є питання чи справді вплив на реципієнта більшою мірою здійснюється за допомогою стилістичних фігур і яким чином він зумовлюється?

Попередньо, вивченням проблеми емоційності та експресивності судових промов та їх структури, планування, мовних засобів, займалися такі науковці як Мацько Л. І., Алексєєв Н. С., Івакіна Н. Н., Лікас А. Л., Максимович Ю. В. та багато інших.

Матеріальною базою для проведення дослідження були урив-

ки з промов 'Summation of Emanuel Bloch for the Defence', 'Bill Haywood and its possible execution', 'Summation Aubrey Daniels for the Prosecution' американських адвокатів Р. Барра, Г. Хайда та Г. Крега. Під час дослідження було опрацьовано одну тисячу лексичних одиниць на позначення експресивності та емоційності.

Актуальність обраної теми визначається тим фактом, що на сьогоднішній день промови відіграють важливу роль у суспільному житті, а основним їх завданням є справити задумане оратором враження за допомогою певних мовних засобів. На сьогоднішній день вплив стилістичних фігур на вираження емоційності та експресивності судових промов не досконало досліджене, а отже є потреба у розкритті цієї теми. Метою дослідження є аналіз англомовних судових промов, виокремлення в них стилістичних фігур як особливих мовних засобів вираження емоційності, а також визначення емоційно-експресивного ефекту, який досягається за допомогою цих засобів. Завданнями дослідження було з'ясувати застосування стилістичних фігур в англомовних судових промовах, та їх значення, а також визначити експресивне навантаження стилістичних фігур у судових промовах. Наукова новизна полягає в тому, що за допомогою стилістичних фігур таких як синонімів, метафор, паралельних конструкцій, повторів, інверсованих речень, простих епітетів, ідіоматичних виразів, градації, опису судові промови набувають емоційного забарвлення піднесення, сприяють позитивному сприйманню тексту реципієнтом, і в результаті впливають на бажаний результат, який був запланований оратором. Практичне значення зібраного матеріалу полягає в тому, що він може бути використаним як у подальших дослідженнях тем, пов'язаних із використанням стилістичних фігур як підвищення ораторського мистецтва, так і при підготовці судових промов.

Судові промови, як і інші види мовленнєвої діяльності не тільки забезпечують інформаційний обмін мовців, але й відображають їх емоційний стан в ході комунікації. Для досягнення цієї мети в мові вироблений особливий код: різні види емоцій передаються спеціальними знаками.

Учені-психологи вирізняють основні емоції. Представники різних шкіл виділяють різну кількість їх видів. Популярною вважається класифікація, розроблена американським психологом К. Ізардом. Науковець виділяє наступні фундаментальні емоції: задоволення,

інтерес, презирство, сум, сором, гнів, здивування, відраза [3, 345]. Згідно із запропонованою класифікацією можна зробити розрахунок на очікуваний результат судових промов, та стилістичних засобів досягнення цього результату.

Проаналізувавши судові промови Р. Барра, юриста американської організації 'Berkery Center for Law & Technology', Г. Крега, відомий юрист Вашингтону та Х. Хайдна, юриста Чикаго, уривки яких наведені у додатку А, було виявлено, що численне вживання засобів стилістики справді має неабиякий вплив на аудиторію зали судового засідання. Оскільки тон промов є піднесеним: 'I welcome this opportunity to speak for President Clinton' та спонукальним, настрій – радикальний, адже кожна сторона знає чого хоче домогтися: звинувачення чи виправдання.

Влучне застосування стилістичних фігур надає судовим промовам емоційно-експресивного забарвлення та робить промову приємнішою на слух і впливовішою на сприйняття аудиторії та суддів.

Проведене дослідження підтверджує важливість вербальних засобів, що спрямовані на покращення сприйняття висловленого за допомогою емоцій. Як виявилось, емоції піддаються мовному вираженню та опису, але цей процес є зворотнім, оскільки такою ж мірою слова, словосполучення, речення і тексти (в нашому випадку – судові промови) мають неабиякий емотивний вплив на реципієнта. Використання стилістичних фігур, таких як метафор (7%), паралельних конструкцій (14%), повторів (9%), інверсованих речень (6%), простих епітетів (15%), ідіоматичних виразів (3%), градації (3%), опису, у судових промовах є непростим завданням, оскільки потрібно дотримуватися чітких вимог, щодо структури промови. Однак, мовні засоби, які широко використовуються у художньому стилі, цілком прийнятні для офіційних промов. Вдале застосування лексики та стилістичних прийомів допомагає досягнути бажаного результату при виголошенні судової промови, а саме переконати суд прийняти рішення на користь звинувачувальної або оправдуваної сторони.

Література:

1. Алексеев Н. С., Макарова З. В. Ораторське мистецтво в суді. – Л: Каменяр. – 1989. – 187с.
2. Изард К. Психология эмоций: Пер. с англ. – Питер, 2000. – 464с.
3. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури.

Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. – Вінниця: Нова Книга, 2002. – 564 с.

4. Максимович Ю. В. Позазмістові характеристики тексту, що посилюють його вплив на емоційний стан читача / Ю. В. Максимович // Лінгвістичні студії. – № 1. – Донецьк: ДонДУ, 1994. – 57с.

5. Разинкина Н. И. Стилистика английской научной речи. Элементы эмоциональной и субъективной оценки. – М. : Наука, 1972. – 168 с.

*Дідик Анна Віталіївна,
Сумський державний університет*

ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ: ПРИЧИНИ ТА ПРОЯВ

Стаття висвітлює основні умови, а також вказує на причини прояву мовленнєвої агресії.

Ключові слова: вербальна агресія, комунікативний намір мовця.

This article deals with the major conditions and causes of the verbal aggression display.

Key words: verbal aggression, communicative intention of the speaker.

Терміни “мовленнєва агресія”, “вербальна агресія”, “словесна агресія” широко використовуються як у вітчизняній, так і в закордонній науковій літературі останніх десятиріч, однак феномен агресії як об’єкт вивчення сучасного мовлення дотепер залишається мало дослідженим, особливо на вітчизняному матеріалі.

Вербальна (мовленнєва, словесна) агресія – це мовне вираження негативних почуттів, емоцій, намірів у неприйнятній в цій мовній ситуації формі [4, 6].

Актуальність дослідження вербальної агресії обумовлена низкою тенденцій, котрі завойовують сучасну сферу мовної практики, серед яких можна назвати загальне зниження рівня мовної культури, інвективізацію і вульгаризацію мови, активне проникнення в нормативну мову жаргонних елементів різних сфер, ослаблення строгості комунікативних норм, що стримували вербальну агресію [3, 7].

Як можна встановити присутність в спілкуванні мовленнєвої агресії? Кваліфікувати будь-яке висловлювання з точки зору прояву в ньому агресії можливо тільки в тому випадку, якщо ми спираємося на контекст мовної ситуації, тобто аналізуємо конкретні умови спілкування: місце, час, склад учасників, їх наміри і відносини між ними [1].

Умовами прояву мовленнєвої агресії в даному висловлюванні або конкретної мовної ситуації є, насамперед, такі:

- негативний комунікативний намір мовця (наприклад, принизити адресата, висловити негативні почуття і емоції, і т. п.);
- невідповідність висловлювання характеру спілкування і “образу адресата” (наприклад, фамільярне звернення в офіційній обстановці, звернення тільки до одного співрозмовника при груповому спілкуванні; образливі натяки на адресу співрозмовника і т. п.);
- негативні емоційні реакції адресата на даний вислів (образа, гнів, роздратування і т. п.) та ті, котрі відображають їх репліки у відповідь (звинувачення, докір, відмова, висловлення протесту, негоди, у відповідь образу і т. п.) [2, 58].

Вживання вульгаризмів та інвективів, хоча і не обов’язково є проявом мовленнєвої агресії, проте демонструє невихованість, безтактність мовця, низький рівень його культури [4, 292].

Причини прояву мовленнєвої агресії можна об’єднати в такі групи: соціальні, психологічні, соціокультурні, власне комунікативні. Говорячи про агресію людини і особливо про її словесні прояви, необхідно визнати, що виникнення і розвиток агресивності залежить переважно від суспільних умов, до яких відносяться і суспільна формація в цілому, і найближче соціальне середовище, мала група – сім’я, школа, компанія друзів і т. п. [4, 158].

Вербальна агресія існує скрізь, незалежно від статі, віку чи соціального становища людини. Вивчення агресії як явища мовленнєвої комунікації є дуже важливим, тому що вербальна агресія часто зустрічається у побутовій та науково-публіцистичній лексиці, в художній літературі та в засобах масової інформації.

Література:

1. Апредин В. Ю. Имплицитная агрессия в языке. URL: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2003/Apresian.html>
2. Барон Р. Агрессия. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
3. Эванс П. Как справиться с вербальной агрессией. – М. : АСТ, 2006. – 240 с.
4. Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. – М. : ЛКИ, 2008. – 360 с.

*Дорошенко Надія Олександрівна,
Національний університет “Острозька академія”*

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ВИКОРИСТАННЯ ТЕРМІНІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

У цій статті досліджено функції, що зумовили зростання впливу публіцистики, функції публіцистичних текстів а також здійснено поділ на групи термінів, що використовуються у публіцистичному стилі.

Ключові слова: публіцистика, публіцистичні тексти.

This article deals with the functions that initiated the growth of the influence of the publicistic texts; functions of publicistic texts; also it gives a group division of the terms that are used in publicistic style.

Key words: publicistic, publicistic texts.

Розвиток культури значною мірою визначається мовою, елементи якої несуть на собі відбиток життя суспільства. Мова як соціальне явище, як засіб накопичення та збереження інформації вміщує не тільки знання про предмети й явища дійсності, але й людський досвід поведінки в типових умовах природного та соціального середовища, соціальні моделі поведінки. Особливістю мови є те, що вона виступає засобом вербалізації різних сторін культури, пронизуючі всі її види [3:75].

Як суспільне явище, мова найповніше відображається в засобах масової інформації (ЗМІ), які з одного боку впливають на розвиток мови в цілому, а з іншого боку, – відображають мовні зміни у конкретному соціумі [2:184]. Особливе місце в публіцистичних текстах займає спеціальна лексика, терміни. Науковці відзначають, що в останні роки ХХ століття посилалась тенденція до розширення значень слів, деспеціалізації термінів, які переходять в загальнолітературну мову та зростає взаємодія між загальною та спеціальною мовами. За свідченням лінгвістів, понад 90 % усіх нових слів, які

з'являються в сучасних мовах, становить спеціальна лексика. У цьому питанні під демократизацією розуміється зближення загальнонародної мови та мов для спеціальних цілей, зростаючий вплив наукового мовлення на публіцистику, а через неї і на розмовну англійську. Розвиток же технологій стирає межі між термінологічною та нетермінологічною лексикою. У процесі детермінологізації терміни перетворюються в одиниці загальнонародної мови [3:89].

Терміни відповідають природі публіцистичних текстів влучністю номінації, глибиною узагальнення, однозначністю, специфічністю, системністю та лаконічністю вираження, які узгоджуються з функціями ЗМІ [3:190]. Серед функцій преси, які характеризують її діяльність, вітчизняні науковці виділяють: інформаційну, організаторську, виховну, пропагандистську, соціологічну. Інформаційна й організаторська функції належать до основних напрямів діяльності органів інформації.

В останні роки XX століття відбулась помітна активізація цих функцій, що зумовило зростання впливу публіцистичного слова. Виховна функція має важливе значення для підвищення політичної культури, формування економічного мислення. Публіцистичні тексти здійснюють вплив на читачів формуючи суспільну думку. Пропагандистська пов'язана з настійною потребою роз'яснювати проблеми розвитку демократичної держави, розуміння загальнолюдських цінностей, питань ментальності певного народу. Посилення соціологічної функції зумовлено зростанням ролі преси як виразника громадської думки [4:98].

Американські вчені виділяють такі функції преси: переконання, артикуляції, соціалізації, критики та контролю, кореляції, обслуговування, розваг, реклами.

Інформаційні повідомлення можуть змінити погляди і переконання читачів, реалізуючи функцію переконання. Функція артикуляції реалізується через надану читачам можливість висловлювати власну думку, виражати свої потреби, радощі та турботи. Соціальна функція преси кодифікує вірування та колективні уявлення, які сприяють соціальним відносинам, захищає соціальні цінності і норми, накладаючи певні заборони. Згідно з функцією контролю, з одного боку, преса повинна наглядати за роботою усіх, хто має владу, з іншого боку, вона інформує про політичні події і контролює їх.

Читачі чекають від періодичних видань задоволення потреби у розвагах. Цю функцію виконують ілюстровані журнали, бульварні

газети та меншою мірою класичні газети. У сучасному суспільстві преса є важливим поширювачем реклами, яка є певним видом передачі інформації [4:99].

У публіцистичних текстах, терміни виконують кілька функцій: номінативну, сигніфікативну, комунікативну, прагматичну, інтелектуального та емоційного впливу, коли вони детермінологізуються.

У межах загальної категорії номінації виділяється три види термінів: 1) номінація через слово; 2) номінація через речення або словосполучення (пропозитивна); 3) номінація через висловлення (дискурсивна) [3:190].

Аналіз термінологічної лексики публіцистичних текстів дає підстави виділити три основні напрями функціонально-семантичного розвитку лексики: термінологізація, транстермінологізація. Під термінологізацією розуміємо використання слів у вузько-спеціальних значеннях. Транстермінологізація (у термінах Ю. А. Зацного) приводить до зміни значення слів у зв'язку з їх міграцією з однієї терміносистеми в іншу [3:190].

Взаємний вплив розмовної та спеціальної лексики виражається в тому, що спеціальна лексика запозичує у загальної більшу частину свого складу, по новому комбінуючи і переосмислюючи матеріал, але потім передає назад ряд слів разом з їх новими значеннями. Таким чином, термінологічна лексика знаходиться в нерозривному зв'язку з загальнонародною лексикою [1:250].

Отже, засоби масової інформації (ЗМІ) найяскравіше та найповніше відображають у собі мову. ЗМІ впливають на розвиток мови в цілому, і відображають мовні зміни у конкретному соціумі. Термінологічна лексика тісно пов'язана із загальноновживаною лексикою.

Література:

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. – М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1959. – 346 с.
2. Мороховський А. Н. Стилистика английского языка / Мороховський А. Н., Воробьев О. П., Лихошерст Н. И. – К. : Высшая школа, 1984. – 271 с.
3. Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця XX – початку XXI століття. Монографія. – Острог: Вид-во НаУОА, 2006. – 384 с.
4. Худолій А. О. Функціональна спрямованість метафор у мові сучасних американських публіцистичних текстів // Наукові записки. Серія "Філологічна". – Острог: Вид-во НаУОА, 2004. – С. 97-111.

Захарчук Наталія Василівна,

Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького

МОВНІ КОНТАКТИ ТА СТАНОВИЩЕ МОВИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН

У статті наводиться коротка класифікація мов залежно від ступеня їх взаємодії, а також окреслюється вплив глобалізаційних процесів на становище сучасних мов.

Ключові слова: глобалізаційний процес, асиміляція, деградація.

This article deals with the short classification of languages according to the degree of their interaction and shows the globalization impact on the contemporary languages.

Key words: globalization process, assimilation, degradation.

Глобалізаційні процеси сучасного світу створили сприятливі умови для розвитку спільних соціо-економічних, політичних, культурних систем. Мова не залишилася осторонь цього процесу інтеграції. Лінгвістичні структури взаємодіють та впливають одна на одну, створюючи нові риси сучасності. В реальному житті дистрибуція мов у суспільстві – дуже складний процес [2]. Завдяки масовим міграціям та активним контактам представників різних мовно-етнічних громад мови виразно взаємовпливають одна на одну.

Дж. Рудницький розрізняє чотири типи мов відповідно до ступеня їхньої взаємодії. До першого типу належать так звані *анклавічні*, або ж замкнуті мови, які характеризуються мінімальною взаємодією та максимальним опором двох різних культур. До другого типу мов належать *симбіотичні* мови, що співіснують в гармонійному контакті. Третій тип контактуючих мов – *гібридизовані* мови, що існують в таких умовах, коли багато мовних елементів формують своєрідний лінгвістично-культурний конгломерат. І останнім, четвертим, типом мов є *вимираючі* мови, що характеризуються нульовим ступенем опору в своєму історичному розвитку [5].

Кожного разу, коли мови взаємодіють на спільній території, дуже важко уникнути тиску між ними та надати їм рівні права. І дуже часто своєрідні примусові дії припиняють природний розвиток мов та дають їм статуси пригноблених чи, навпаки, сильних, що частіше всього стається в двомовних чи багатомовних спільнотах [3]. Таким чином, деякі мовно-культурні системи зустрілися віч-на-віч із загрозою зникнення та повної чи часткової асиміляції. Більш потужні елементи різко наступають і займають значне місце в інших системах, а згодом уже важко визначити походження того чи іншого слова.

З подібними проблемами зустрічаються більшість мов сучасного світу. Вченими підраховано, що з усіх відомих шести тисяч мов більше половини знаходяться під загрозою зникнення. Рада ЮНЕСКО прийняла рішення в усіх країнах запровадити Міжнародний день рідної мови. В такий спосіб світові лідери намагаються попередити чи призупинити небезпечний процес зрівняння мов та культур, їхньої асиміляції та деградації. ЮНЕСКО планує також встановити моніторингову систему, що буде попереджати, коли певна мова буде знаходитися під очевидною загрозою [4]. Це фактично означає, що в мовно-культурній спільноті третина підростаючого покоління більше не розмовляє мовою своїх батьків та дідів.

В той же час сучасна наука висуває іншу позицію щодо мовних контактів, згідно якої сучасні умови глобалізації суспільних відносин, інформатизації усіх сфер людської життєдіяльності створюють сприятливі умови для взаємного збагачення. Мовні системи стають відкритими для абсорбації позитивних елементів інших народів, що створює усі необхідні характеристики для розвитку міжнародних відносин [1]. Так, глобалізаційні процеси розвитку сучасного суспільства принесли й певні переваги, особливо для мовно-культурних систем-гігантів.

Очевидним переможцем в боротьбі за виживання буде англійська мова. Дійсно, англійська мова, яка з успіхом слугувала колоніальній Британській імперії як засіб міжкультурної комунікації та поширення інформації, і сьогодні залишається фактично основним інструментом передачі знань та активного крос-культурного спілкування сучасної людської спільноти.

Отже, глобалізаційні процеси розвитку сучасного світу, поширення інформації та активна взаємодія представників різноманітних мовно-культурних спільнот створили умови для мовних контактів.

Проте, мовна взаємодія відбувається по-різному: в одному випадку контактуючі мови вбирають в себе позитивні елементи і взаємозбагачуються, в іншому – потужні елементи поглинають слабкі, і замість двох мов залишається лише одна.

Література:

1. Демин Л. М. Взаимодействие культур и проблема взаимных культурных влияний / Л. М. Демин. – М. : Из-во РУДН, 1999. – 349 с.
2. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : СЛОВО, 2000. – 457 с.
3. Akande W. The Drawbacks of Cultural Globalization / W. Akande. // Yellow Times. – November 10, 2002. Режим доступу: www.gpf.com
4. Donald F. Language Loyalty / F. Donald. – New York, 1999. Режим доступу: www.gpf.com
5. Rudnycky J. B. Multiculturalism and Multilingualism in Canada / J. B. Rudnycky. – Ottawa, 1983. – 56 p.

Кадайська Віта Геннадіївна,

Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича, факультет іноземних мов, спеціальність “англійська мова та література”

ТРАНСПОЗИЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРЕФІКСА А- ЗІ ЗНАЧЕННЯМ ЛОКАТИВНОСТІ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

У статті висвітлюються проблеми транспозиції на основі застосування кількісного аналізу взаємодії локативного префікса а- з твірними основами.

Ключові слова: транспозиція, локативний префікс, твірна основа.

This article deals with transposition problems on the basis of quantitative analysis application of locative prefix a- and forming stem correlation.

Key words: transposition, locative prefix, forming stem.

Вивчення особливостей транспозиційних процесів на сучасному етапі розвитку лінгвістики є актуальним, оскільки питання міжчастининомовних переходів, незважаючи на тривалу історію їхнього дослідження в зарубіжному та вітчизняному мовознавстві, ще не отримали остаточного розв'язання. Метою нашого дослідження є висвітлення проблеми транспозиції застосовуючи кількісний аналіз взаємодії локативного префікса **а-** з твірними основами.

Основоположником теорії транспозиції був відомий швейцарський мовознавець Ш. Баллі, учень послідовник Ф. де Соссюра. Учений писав: “Категорії представляють собою реальність, і якщо мова з такою легкістю переводить знаки з однієї категорії в іншу, то це робиться з допомогою сукупності спеціальних засобів транспозиції, які мова передає в розпорядження мовлення...” [3:396].

Розглянемо як змінюється значення частини мови похідного слова при сполученні префікса локативності **а-** з твірними основами (**ТО**) іменника(**Н**), прикметника(**А**) та дієслова (**В**). Транспозиція

є результатом синтаксичної деривації, що полягає в переміщенні твірного слова з одного лексико-граматичного розряду до іншого, унаслідок чого лексичне значення вихідної одиниці не змінюється, а сама одиниця переходить в іншу частину мови. У зв'язку з цим основу транспозиційного типу ономасіологічної категорії локативності становить здатність мови до передачі одного і того ж поняття засобами різних частин мови. Зробивши кількісний аналіз сполучуваних характеристик префікса локативності **a-** з іменниками, прикметниками та дієсловами, ми виявили, що транспозиційний тип словотвору найбільш характерний для моделі зразку **a+N→Adv** – 41 одиниця (*a-flame, a-heat, a-top, a-side, a-row, a-board, a-doors, a-field, a-foot, a-height, a-loft, a-loft*), тобто її члени транспозиційних пар позначають одну і ту ж реалію, дію чи ознаку, але по-різному в мові граматично інтерпретовану. Транспозиція моделі **a+A→Adv** зустрічається дуже рідко в сучасній англійській мові – 3 одиниці (*a-mid, a-round, a-left, a-mid*) та взагалі відсутня в моделі **a+V→V**, де одиниця не змінює свій граматичний клас.

Графічно таку динаміку можна зобразити так:

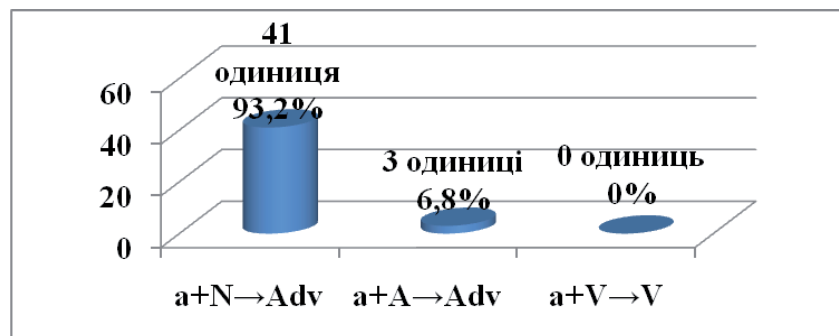


Рис. Кількісні характеристики сполучуваності префікса **a-** з твірними словами

Отже, ми можемо зробити висновок, що найбільшу транспозиційну функцію серед досліджуваних одиниць у словотворі відіграє модель типу **a+N→Adv** (93%), де одиниця переходить в новий граматичний клас прикметника (**Adj**), та ще незначний відсоток (3%) припадає на модель **a+A→Adv**, яка формує граматичний клас прислівника (**Adv**).

Література:

1. Oxford Advanced Learner's Dictionary. 7th edition [edit. Sally Wehmeier and others]. – Oxford: University Press, 2005. – 2000 p.
2. Теньер Л. Основы структурного синтаксиса. – М. : Прогресс, 1988. – 654 с.
3. Abbey Linguo Dictionary Online: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lingvo.ua/uk>.

Каламаж Вікторія Олегівна,
Національний університет "Острозька академія"

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ ВЕДУЧИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ТОК-ШОУ

Стаття присвячена аналізу психолінгвістичних особливостей мовленнєвої поведінки ведучих американських ток-шоу.

Ключові слова: мовленнєва поведінка, мовленнєва діяльність, вербальні та невербальні компоненти мови, культура мовлення.

This article is devoted to analyze the psycholinguistic features of speech behaviour of the hosts in American talk show.

Key-words: speech behaviour, speech activity, verbal and nonverbal language components, speech culture.

Мовленнєву діяльність визначають як активний, цілеспрямований, опосередкований мовою та зумовлений ситуацією спілкування процес прийому й передачі мовленнєвого повідомлення у взаємодії людей між собою. Залежно від спрямованості мовленнєвої дії на сприйняття або породження висловлювання види мовленнєвої діяльності диференціюються на рецептивні й продуктивні [1].

Мовленнєва поведінка існує у контексті мовленнєвої діяльності. Мовлення в конкретній ситуації називається мовленнєвою поведінкою. Вона передбачає усвідомлення людиною особливостей даної ситуації і своєї ролі в ній. Крім того, мовленнєва поведінка відображає культурний і освітній рівень людини, що полягає у необхідності підбору слів за стилем, складністю, типом інтонації, способом побудови речень, у супроводі мовлення мімікою і жестами. Використання мовлення відповідно до ситуації свідчить про високий рівень розвитку особистості, достатнє оволодіння нормами поведінки у суспільстві. Високі зразки мовленнєвої поведінки становлять ораторське мистецтво [2].

"Розмовний" характер контактних телепрограм, роль слова у них, як основного інструменту впливу на аудиторію та взаємодію з нею, визначає особливу значимість мовленнєвої підготовки телевізійного

ведучого. Мовленнєва поведінка проявляється у процесі спілкування і характеризується якістю голосу, манерою мовлення, швидкістю мовлення, гучністю мовлення, вимовою слів, артикуляцією, ритмікою говоріння тощо.

Особистість ведучого, його фахові якості та вміння разом із усвідомленням поставлених перед ним завдань часто бувають визначальними для успіху контактної програми. Збірний портрет ідеального телеведучого описується в працях психологів М. Дворяшиної, М. Андрєєвої, Л. Матвєєвої та М. Шкопорова за допомогою наступних характеристик: 1) комунікативні риси; 2) "діловий" потенціал; 3) сфера інтелекту; 4) прояв темпераменту (тип вищої нервової діяльності); 5) морально-етичні характеристики. Комунікативні риси мають детальне розшифровування: установка на співрозмовника (ведучий коректний, вихований, доброзичливий, тактовний, дружній, комунікабельний, уважний, викликає симпатію); індивідуальний стиль спілкування (природний, розкріпачений, приємний, симпатичний, розкутий, з почуттям гумору, дотепний).

Вербальні та невербальні компоненти мови ведучого контактної телепрограми спрямовані на подолання екранної опосередкованості. Разом з тим у контактній телепрограмі, в якій бере участь велика кількість людей, мовленнєва діяльність ведучого спрямована не лише на забезпечення конкретних завдань телевидовища як ряду послідовних телевізійних актів [6]. Культура мовлення ведучого набуває виховного значення для тих учасників і глядачів ток-шоу, які не володіють навичками і прийомами публічного мовлення. Тому так важливе лексичне багатство, точність, ясність мови ведучого контактної телепрограми, володіння ним літературною мовою, прийомами активізації полеміки.

Отже, мовленнєвий вплив ефективний у тому випадку, якщо реалізуються всі три цілі телевізійного діалогу: інформаційна (донести свою інформацію до співрозмовника і отримати підтвердження, що вона отримана), комунікативна (сформувати певне відношення із співрозмовником), предметна (щось отримати, дізнатись, змінити у поведінці співрозмовника).

Таким чином, для ведучого дуже важливим є досягнути усіх трьох цілей, адже це свідчить про ефективність впливу, відсутність комунікаційних помилок, хорошу компетенцію, хорошу перфORMAцію.

Література:

1. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. – М. : Просвещение, 1969. – 214с.
2. <http://myrefs.org.ua/index.php?view=article&id=90&titles=>
3. Канчер Мария Александровна. Языковая личность телеведущего в рамках русского риторического этоса : На материале игровых программ : диссертация... кандидата филологических наук : 10. 02. 01. – Екатеринбург, 2002. – 174 с.
4. <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1662>
5. http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Lingv/2010/Moiseenko_175-184.pdf
6. Бурмака М. В. Контактна телевізійна програма – дискусія як жанр // Наукові записки. – К. : Ін-т журналістики, 2003. – Т. 10.

Кичан Ірина Олександрівна,
Національний університет "Острозька академія"

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ КОМУНІКАТИВНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА

*Стаття розкриває особливості гендерної диференціації
 мовлення чоловіків- та жінок-політиків*

Ключові слова: *маскулінність, фемінність, гендер.*

*This article deals with the gender differentiation of the male and
 female politicians' speech.*

Key words: *masculinity, femininity, gender.*

Характерною рисою нашого суспільства є зростаючий інтерес до політичної психології і вагомому значенню набувають дослідження феномену політичного лідерства, на що вказують чисельні спроби побудови психологічного портрету політичного лідера. Неабиякого значення відіграє мовлення політика. При цьому слід зазначити, що при здійсненні політичної комунікації необхідно звернути увагу на вплив фактору гендеру на мовлення спічмейкера разом з вивченням загальних проблем жіночої та чоловічої вербальної поведінки.

Головною задачею політика у комунікаційному акті є вплив на одержувача інформації з метою привернення його на свій бік, нав'язування своїх політичних поглядів та переконань [1:90]

Вивченням питання впливу гендеру на мовлення людини займається гендерна лінгвістика, яка трактується як наука, що вивчає залежність функціонування мови від гендерних розбіжностей, які виявляються у процесі вербальної комунікації й зумовлені статтю індивіда. Гендер як елемент сучасної наукової моделі людини відображує соціальні, культурні й психологічні аспекти статі, тобто є комплексом соціально-культурних явищ, що співвідносяться зі статтю індивіда і відображується у мовленні [2:58].

Жіноче та чоловіче мовлення має свої особливості, відмінні та подібні риси. Мова не тільки виражає культурні погляди на гендер,

але і утворює гендерну ідентичність особистості. Наша манера спілкування визначає нас як жінку, або як чоловіка. Загалом, ми самі створюємо свій гендер через розмову. Саме тому ми повинні брати до уваги певні відмінності, що виникають у процесі спілкування чоловіка і жінки.

Значний внесок у розвиток гендерної диференціації мовлення чоловіків та жінок належить Робін Лакофф – американській дослідниці, яка у своїй найбільш відомій праці “*Language and Women's place*” запропонувала ряд відмінностей, що відрізняють мовлення жінок від чоловіків, основними з яких є:

- “Ухильні” фрази (hedges): sort of, kind of, I guess.
- Підсилювачі, такі, як: so, very (intensifiers).
- Надто увічливі форми (superpolite form): “Would you mind... ““Is it okay if... ?”
- Багато вибачень (apologizing): “I’m sorry, but I think that... “
- Евфемізми (euphemisms) з метою уникнення грубої лексики.
- Граматично вірні форми (hyper-correct grammar).
- Модальні конструкції (modal constructions) з can, would, should, ought: “Should we turn up the heat?”
- Прямі цитати (direct quotations) – чоловіки частіше перефразовують [4:62].

Згідно з дослідженнями гендерних аспектів мовлення, С. Табурова робить висновки що жінки-політики віддають перевагу гармонійній комунікації, мета якої – акцентувати спільність позицій, поглядів, виявляти солідарність та надавати підтримку. Конфліктні емоції у них виявляються переважно для самозахисту та підтримки товариша по партії, а не для утвердження власного іміджу. Чоловіки більш схильні до агресивної комунікації; вони значно частіше, ніж жінки, прагнуть перевести конфлікт з ділового на міжособистісний рівень. Жінки в конфліктній комунікації надають перевагу диспуту, в ході якого відбувається пошук істини, або переговорам, в яких окреслюється план дій. Тобто, вони практикують більш діловий, продуктивний підхід, який сприяє успішному розв’язанню спорів. Їх мовна “поведінка” пряма й відкрита, як і має бути в діалозі рівних за статусом осіб. Чоловіки, як правило, персоніфікують політичні протиріччя, йдуть шляхом ескалації конфлікту, розпалювання ворожнечі, що перешкоджає успішному розв’язанню проблем[3:87].

Гендерні маркери мовлення політичних діячів складають як типологічні фонетичні та лексико-стилістичні аспекти, так і специфічні, конкретно мовленнєві, які позначаються інтонацією та іншими невербальними засобами впливу на аудиторію. Таким чином, вербальна поведінка жінок – та чоловіків політиків має диферентні характеристики, але ця різниця у їх мовленні має ймовірний характер, демонструючи різноманітність властивостей маскулінності й фемінності.

Література:

1. Бендас Т. В. Гендерные исследования лидерства // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 87-95.
2. Гендер: реалії та перспективи в українському суспільстві: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Київ: ПЦ “Фоліант”, 2004. – 70 с.
3. Табурова С. К. Гендерные аспекты речевого поведения парламентариев (на материале парламентских дебатов ФРГ) // СОЦИС. – 1999. – № 9. – С. 84-91.
4. Lakoff R. Language and Women's Place // Language in Society. – 1973. – № 2. – P. 45-79.

*Ковч Аліна Миколаївна,
Національний університет "Острозька академія"*

КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Питання про функції заголовка є предметом багатьох дискусій, єдиної думки щодо кількості функцій та їх характеру не існує [3:84]. Загалом назва статті може мати різноманітні функції: інформативна, рекламна, ідентифікаційна, експресивна, інтегративна та інші.

Об'єктом дослідження є заголовки статей англомовних періодичних видань.

Предмет – комунікативно-функціональні особливості газетних заголовків.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей заголовків, а саме їхніх функцій. Для досягнення мети необхідно виконати ряд завдань:

- проаналізувати заголовки статей англомовних періодичних видань;
- зробити висновки та виокремити найголовніші функції газетних заголовків.

Одним із перших, хто звернувся до заголовка з точки зору комунікативної ролі мови, був Г. О. Винокур, який зазначав, що зміст заголовка повинен бути в такій мірі насичений комунікацією, щоб сама ця комунікація звертала на себе увагу. Основною функцією заголовків є інформативна: завдання заголовка – дати ясне розуміння про зміст повідомлення. Другою, на його думку, є рекламна: ця інформаційна установка газетного мовлення ще різкіше підкреслюється тим, що вона ускладнюється специфічною стилістичною тенденцією, що характеризує газетні заголовки, дає чітке розуміння про зміст повідомлення і звертає на нього увагу. Таким чином, визначається домінуюча роль інформативної та рекламної функцій. Пріоритетність інформативної функції назви газетного матеріалу визнається більшістю вчених. Стосовно рекламної функції існує розбіжність

думок. Так, А. С. Попов зазначає, що рекламна функція властива не кожному заголовку [4:99].

Заголовок як перший знак тексту відіграє важливу роль у створенні інтегрованої цілісності цього тексту. Його розгляд є важливим, оскільки заголовок займає так звану сильну позицію, яка в силу його протиставлення корпусу тексту привертає увагу читача [1:24]. У цьому полягає ідентифікаційна функція заголовка.

Також заголовки виконують рекламно-експресивну функцію. Назви матеріалів мають бути цікавими, у міру інтригуючими, мають привертати увагу. Як різновид рекламної функції виділяють інтригуючу, і зазначається, що інтригуючу функцію виконують заголовки, які своєю стилістичною відміченістю привертають увагу читача, але не містять інформації, що дозволяє заздалегідь робити висновок про зміст статті [5:28].

Експресивна функція виражає суб'єктивне ставлення мовця до змісту повідомлення, але проти самостійності цієї функції висловлюються заперечення на тій підставі, що вона лише підсилює інформативну та рекламну функції. Виконуючи експресивну функцію, заголовок емоційно впливає на читача, агітує, спонукає до певного тлумачення змісту.

Заголовки виконують і експресивно-оцінну функцію [2:70]. Навіть коли читач перейшов до ознайомлення з текстом, заголовок залишається в полі зору. Тоді можна говорити про інтегративну (зв'язуючу) функцію [2:71]. Заголовок спрощує сприйняття тексту, відіграє велику роль в організації мовних засобів.

Отже, заголовок є важливим структурним елементом як статті, так і всього періодичного видання, оскільки він інформує та стимулює читача прочитати надруковане далі (якщо назва статті підібрана вдало), а також може виконувати номінативну, експресивну, рекламну, оцінну, інтегративну та інші функції [5:41].

У ході дослідження було поставлено кілька завдань, які були в певній мірі виконані, та все ж залишається можливість подальшого проведення вивчення поданої теми, оскільки вона ще не повністю розкрита.

Література:

1. Арнольд И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // Иностранные языки в школе. – 1978. – №4. – С. 23-31.

2. Лазарева Е. А. Заголовок в газете : [учебное пособие для студентов-журналистов] / Е. А. Лазарева. – Свердловск: Изд. Уральского ун-та, 1989. – 96 с.

3. Микитів Г. В, Попруга Т. В. Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі [Електронний ресурс] / Микитів Г. В, Попруга Т. В. // Вісник Запорізького національного університету. – Запоріжжя, 2010. – № 1. – С. 83-95. – Режим доступу до статті: http://www.nbuv.gov.ua/portal/NaturalVznufil2010_1233-237.pdf.

4. Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных глав и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М. – 1966. – С. 95-126.

5. Шамелашвили М. А. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): Дис. ...канд. филол. наук. – М., 1982. – 197 с.

Коляда Ганна Олександрівна,
Національний університет “Острозька академія”

СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ “МОВЛЕННЄВИЙ ЖАНР” І “МОВЛЕННЄВИЙ АКТ”

У статті розглянуто сутність мовленнєвого жанру та мовленнєвого акту. Висвітлено співвідношення понять “мовленнєвий жанр” та “мовленнєвий акт”.

Ключові слова: мовленнєвий жанр, мовленнєвий акт.

In the article the basic nature of speech genre and utterance act was examined. The correlation of terms “speech genre” and “utterance act” was explained.

Key words: speech genre, utterance act.

Теорія мовленнєвих жанрів (далі – МЖ) уперше набула розвитку в працях російського вченого М. Бахтіна, який дав терміну мовленнєвий жанр таке визначення: це “відносно стійкі тематичні, композиційні і стилістичні типи висловлювань” [1, с. 241-242]. Людське мовлення виливається в певні готові форми, іноді штаповані і шаблонні, іноді більш гнучкі, пластичні і творчі. Ми, чуючи чуже мовлення, вже з перших слів вгадуємо його жанр, передбачаємо певний обсяг, певну композиційну побудову, передбачаємо кінець, тобто від самого початку ми володіємо відчуттям мовленнєвого цілого, яке лише потім диференціюється в процесі мовлення [1, с. 257-259].

Поняття висловлювання у М. Бахтіна значно ширше за речення і не визначається як мовленнєвий еквівалент речення, як часто тлумачать цей термін сучасні дослідники [див. 6], а як “реальна одиниця спілкування” [1, с. 249], яка має певний обсяг, зміст, композицію.

Спільними для всіх МЖ особливостями є: смислова завершеність таких одиниць, а також те, що “будь-яке висловлювання має, так би мовити, абсолютний початок і абсолютний кінець: до його початку – висловлювання інших, а після його закінчення – висловлювання інших у відповідь (або хоча б мовчазне активне розуміння іншого

у відповідь, або, врешті, дія у відповідь, оснований на такому розумінні” [1, с. 249-250]. У побудові речень частим є прийом градації, коли оратор від найменшої ланки поступово переходить до найбільшої: *We can make our homes, our streets and our neighbourhoods safe*.

М. Бахтін постійно акцентує на безпосередньому зв'язку з “конкретною ситуацією мовленнєвого спілкування” та “персональним складом його учасників” [1, с. 256] (тобто важливою є концепція автора, адресата, а також третіх осіб, присутніх під час розмови). Тим самим, характеристики МЖ наскрізь прагматичні, оскільки всі ці компоненти виражають активну позицію мовця і обов'язково пов'язані з дійсністю [3, с. 111].

Вживання мовленнєвого жанру відбувається таким чином: з'являється мовленнєвий задум, який визначає предмет мовлення, його межі та обсяг. Тема МЖ виформовується як нерозривна єдність суб'єктивного (мовленнєвого задуму) та об'єктивного (предмет мовлення) чинників. Задум також визначає вибір жанрової форми, але згодом відбувається зворотний процес: задум мовця “приспосовується до обраного жанру, складається і розвивається у певній жанровій формі” [1, с. 256-257].

Говорячи про поняття МЖ, неможливо обійти увагою теорію мовленнєвих актів (далі – МА), яку започаткували британські логіки Дж. Остин та Дж. Серль. Ці вчені висунули проблему мінімальної одиниці людського спілкування – мовленнєвого акту. За теорією МА, процес “говоріння” можна розчленувати на три складові частини:

1. Іллокуція, або іллокутивний акт – намір мовця під час вираження даного пропозиційного змісту, тобто те, чого хоче досягти мовець цим висловлюванням.

2. Локуція, або локутивний акт – власне говоріння.

3. Перлокуція. Здійснити перлокутивний акт – означає “зумовити щось чи досягти чогось за допомогою говоріння” [4, с. 93], причому це “розрахований, навмисний, цілеспрямований” ефект [4, с. 88].

Підсумовуючи вище сказане, лінгвісти висловлюють найрізноманітніші припущення – від абсолютного ототожнення понять “мовленнєвий акт” і “мовленнєвий жанр”, як це робить А. Вежбицька [6], до цілком протилежного положення, тобто думки про несумісність понять, позначених термінами МА і МЖ [5]. Зокрема, М. Федосюк мотивує свою позицію тим, що МЖ – типи текстів, а МА – типи мовленнєвих дій, які охоплюють параметри, що

не мають мовного відображення, зокрема щирість/нещирість мовця [див. напр. 4]. Більшість дослідників доходить висновку, що МА можна розглядати як складові МЖ [2, с. 175].

Література:

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – С. 237-280.
2. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики / Ф. С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
3. Дементьев В. В. Изучение речевых жанров : обзор работ в современной русистике / В. В. Дементьев // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С. 109-121.
4. Остин Дж. Л. Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. Теория речевых актов. – М. : Прогресс, 1986. – С. 22-131.
5. Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров / М. Ю. Федосюк // Вопросы языкознания. – 1997. – №5. – С. 102-120.
6. Wierzbicka A. Genry mowy / A. Wierzbicka // Tekst i zdanie. Zbiór studiów / Red. T. Dobrzycska, E. Janus. – Wrocław, 1983. – S. 125-137.

Кордіяка Марія Зеновійвна,
Національний університет "Острозька академія"

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КІНОДИСКУРСУ

Сутність дослідження полягає у висвітленні лексичних особливостей кінодискурсу, у дослідженні виокремлено основні лексичні одиниці, які найчастіше зустрічаються в кінодискурсі, та їхні основні характеристики. Також подано коротке визначення кінодискурсу, як однієї з невід'ємних частин сучасного суспільства.

Ключові слова: кінодискурс, лексична одиниця, колоквалізми, терміни, сленг, жаргонізми, діалектизми, okazіоналізми, варваризми, поетизми, неологізми.

The essence of research is to highlight the lexical features kinodyskursu, the study specifically mentioned the basic lexical units that are most often found in kinodyskursi, and their main characteristics. Also included a brief definition kinodyskursu as one of the essential parts of modern society.

Keywords: kinodyskurs, lexical unit, colloquialism, terms, slang, jargon, dialectisms occasionalism, barbarism, poetyzmy, neologisms.

Актуальність полягає в потребі детальнішого вивчення теми дослідження та глибшого аналізу лексичного запасу англійської мови.

Мета дослідження: ознайомити з поняттям кінодискурсу та його основними характеристиками та аналіз лексичних особливостей сучасного кінодискурсу.

Завдання:

- проаналізувати основні лексичні та стилістичні властивості кінодискурсу;
- зробити семантичний аналіз знайдених лексичних засобів.

Виклад основного матеріалу. Під дискурсом вчені розуміють текст (тексти), створені в результаті мовної діяльності представників певної лінгво-культурної спільноти, розглянутий у сукупності

© Кордіяка Марія Зеновійвна, 2012

його лінгвістичних параметрів і соціокультурного контексту. Кінодискурс визначають як один із видів дискурсу, який являє собою об'єктивізоване сприйняття реальності, також його можна сприймати як довготривалий діалог, в якому інтерпретують сприйняття таких категорій, як минуле, теперішнє, час, простір, любов, влада, жіноче та чоловіче і т. ін. Кінодискурс є джерелом соціального знання, засобом бесіди та мислення між героями фільму [1:80]. Це також елементарна одиниця тексту, тобто складне ціле або змістовна єдність, що вирізняється на рівні мови і зазвичай реалізується на рівні речень, що зв'язані між собою смисловими зв'язками [4:167].

Окрім повсякденної лексики, ми можемо зустріти у фільмах і лексику, яка не вживається під час щоденного користування мовою, наприклад: колоквалізми, терміни, сленг, жаргонізми, діалектизми, okazіоналізми, неологізми та ін.

Термін – слово або словосполучення, що вживається для точного вираження поняття з якої-небудь галузі знання – науки, техніки, суспільно-політичного життя, мистецтва тощо [3:25].

Сленг -це експресивні, але неофіційні слова і словосполучення, які не вживаються в офіційному мовленні [2:85].

Колоквалізми – це загальновідомі слова та ідіоми, що використовуються в неофіційному мовленні та є неприйнятним в ввічливій розмові [2:76].

Жаргонізми – слова, вживання яких обмежується нормами спілкування, прийнятими в певному соціальному середовищі [3:33].

Діалектизми – слова, вживання яких характеризується територіальною обмеженістю і більш-менш різко контрастує з прийнятими в літературній мові нормами [2:83].

Неологізми – це новостворені слова, значення слів, словосполучення, що з'явилися в мові й ще не перейшли до розряду загально-вживаних [3:54].

Висновки. Отже, в кінодискурсі використовується різноманітна лексика, як характерна, так і не характерна для щоденного вжитку, до якої можна віднести: колоквалізми, терміни, сленг, жаргонізми, діалектизми, okazіоналізми, варваризми, поетизми, неологізми та ін. Вони урізноманітнюють мову персонажів, допомагають краще зрозуміти мовленнєву ситуацію, почуття головних героїв, їхню приналежність до різних соціальних станів тощо.

Література:

1. Бисималиева М. К. О понятиях “текст” и “дискурс” / М. К. Бисималиева // Филологические науки. – 1999. – №2. – С. 78-85.
2. Єфімов Л. П. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз. Учбово-методичний посібник. / Л. Єфімов, О. Ясінецька. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 240 с.
3. Квеселевич Д. І. Практикум з лексикології сучасної англійської мови: Навч. посібник. / Д. Квеселевич, В. Сасіна. – Вінниця: Нова Книга, 2001. – 117 с.
4. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики]: Монографія / За ред. В. Різуна / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 392 с.

Котлінська Ольга Миколаївна,
Національний університет “Острозька академія”

ДІАЛЕКТНА ВАРІАТИВНІСТЬ АМЕРИКАНСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (AMERICAN ENGLISH)

Ключові слова: діалект, варіант мови, варіативність діалектів мови, американський варіант англійської мови, пуритани, кавалеристи, роялісти.

Keywords: dialect variant of the language, dialects, language variation, American English, the Puritans, cavalry, royalist.

Перш за все для того, щоб ознайомитися із діалектною варіативністю американського варіанту англійської мови, слід визначити, що ж ми називаємо діалектом. Опираючись на визначення Бевзенка С. П. [1:78-80] можна сказати, що діалект (грец. *διάλεκτος* – наріччя, говір) – це різновид національної мови, якому властива відносна структурна близькість і який є засобом спілкування людей, об'єднаних спільністю території, а також елементів матеріальної і духовної культури, історично-культурних традицій, самосвідомості.

Незважаючи на постійні територіальні зміни між кордонами діалектів сьогодні у американському варіанті англійської мови виділяють такі діалекти: General Northern, Northern Dialects: New England, New England, Eastern, Boston Urban, New England, Western, Hudson Valley, New York City, Bonac, Inland Northern, San Francisco Urban, Upper Midwestern, Chicago Urban; Western Dialects: Rocky Mountain, Pacific Northwest, Alaska, Pacific Southwest, Southwestern, Hawaii, Midland, North Midland, Pennsylvania German-English, South Midland, Ozark, Southern Appalachian, Smokey Mountain English, General Southern, Southern, Virginia Piedmont, Coastal Southern, South Florida, Ocracoke, Gullah, Gulf Southern; Louisiana: Cajun French, Cajun English, Provincial French, Louisiana French. [2]

Дослідженням проблеми варіативності діалектів американського варіанту англійської мови, відводиться досить багато наукових

праць як закордонних вчених (A. Markwardt, R. Berndt, R. Quirk, R. McDavid, D. Crystal, K. Janicki), так і вітчизняних науковців (Ю. Жлуктенко, Р. Кріцберг, О. Швейцер, Ю. Зацний).

За даними інтернетної статті “The Dialects of American English” [3] ми з’ясували, що утворення такої великої кількості діалектів на території США було зумовлене історичними подіями в країні. Америка завжди була загадкою для європейського народу, тому ще із початку XVII ст.. на її території полилися потоки переселенців із європейських країн. Утворення чотирьох основних діалектів можна прослідкувати згідно до чотирьох основних напрямків міграції жителів британських островів та інших країн:

- У 1629-1640 pp.. на материк прибули пуритани (Puritans). Новоанглійський діалект (The New England dialect), яким послуговувалися пуритани зрештою вплинув на північно-східну частину теперішніх США, від Мейну до Вісконсіна, особливо Чикаго.

- У 1642-1675 pp.. роялісти або кавалеристи (Royalists or Cavaliers) були наступними хто заселяв невивчені території Америки. Вони формували діалекти на території побережжя Атлантичного океану (Tidewater speech or Coastal Southern English).

- У 1675-1725 pp.. на землі Америки переселилися, так звані, квакери (Quakers, or Society of Friends). Їхній діалект змішався із діалектами німецьких та шведських іммігрантів, що дало поштовх до створення різноманітних діалектів на території сьогоденних Пенсільванії та Нью Джерсі.

- У 1718-1775 pp.. на материк прибули поселенці із північної Британії та північної Ірландії, які називали себе шотландськими ірландцями (“Scots-Irish”). Вони осіли у віддаленій гірській місцевості Аппалачів (Appalachian backcountry). Згодом утворили й свій власний діалект Appalachian English.

Отже, як бачимо, діалектна варіативність американського варіанту англійської мови зумовлена великою кількістю міграційних процесів, що відбулися та й сьогодні продовжують відбуватися на території США.

Література:

1. Бевзенко С. П. Українська діалектологія / С. П. Бевзенко. – К. : АУМ, 1980. – Т. 1-2. – 1984-88. – 534 с.
2. A National Map of the Regional Dialects of American English:

[Електронний ресурс] / William Labov, Sharon Ash and Charles Boberg // The Linguistics Laboratory, Department of Linguistics, University of Pennsylvania – 1997. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ling.upenn.edu/phono_atlas/NationalMap/NationalMap.html

3. The Dialects of American English: [Електронний ресурс] / Англійська мова – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://pandora.cii.wvu.edu/vajda/ling201/test3materials/AmericanDialects.htm>

Кривцун Вікторія Олександрівна, Тутевич Яна Сергіївна
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТІВ У ФОРМІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ГЛЮТОНІМАМИ

Метою нашого дослідження є розгляд з позицій когнітивної лінгвістики вербалізації складників свідомісної картини світу – концептів, завданням –розглянути сегмент української концептуальної картини світу, відбиту у формі лексичних одиниць харчової картини світу (глутонімів) в складі фразеологізмів, що передають вищі емоції і пізнавальні якості людини, та створити їхню рубрикацію. Матеріалом нашого дослідження став фразеологічний масив (170 одиниць), сформований шляхом суцільної вибірки з “Фразеологічного словника української мови” у 2 т. [1].

Фразеологізми (від гр. *phrasis* – вислів і *logos* – слово) – “стійкі, зв’язані єдністю змісту, постійно відтворювані в мовленні словосполуки або висловлення, які ґрунтуються на стереотипах етносвідомості, є репрезентантами культури народу й характеризуються образністю та експресивністю” [2:640] цілком природно містять у своєму складі глутоніми (від лат. *gluttio* – ковтати, споживати [3]) – елементи лінгвосеміотичної системи, мовні знаки якої мають широкий план вираження (від слова до тексту) і план змісту, що відбиває багатогранність харчової картини світу, складниками якої входять визначені нами нижче розряди. Концептуальне значення (зазначено в дужках) було встановлено нами в процесі опрацювання фразеологізмів на основі тлумачення їх значення у словнику.

1) Фразеологізми з **глутонімами-натурфактами** – номінаціями їжі та напоїв, даних людині природою: *гарбуза* дати (відмова), дісталось на *горіхи* (покарання), що *горохом* об стінку кидати (безрезультатність), з’їсти не один пуд *солі* (впевненість у людині), вашими устами та *мед* пити (сподівання кращого), лити *мед* (лестощі), *моркву* скребти (лаяти).

2) Фразеологізми з **глутонімами-артефактами** – номінаціями

їжі та напоїв, що є продуктом цілеспрямованої людської діяльності: держати хвіст *бубликом* (оптимізм), його *хлібом* не годуй (пристрасть до чогось), мати *олію* в голові (розсудливість), водити *хліб і сіль* (дружба).

3) Фразеологізми з **глутонімами-інструментативами** – номінаціями знарядь, предметів, за допомогою яких стає можливим здійснення процесу приготування та споживання їжі: *казанок* варить (розум), *глек* розбити (сварка), без *ножа* різати (скрутне становище), знатися з *чаркою* (пиятика).

4) Фразеологізми з **глутонімами-органолептивами** – номінаціями ознак глутонімів-артефактів та натурфактів: запаху, вигляду, смаку, слуху, дотику: *кисла* міна (невдоволення), ганяти як *солоного* зайця (не давати відпочинку).

5) Фразеологізми з **глутонімами-темпоративами** – номінаціями часу споживання їжі: *медовий* місяць (щасливий початок).

6) Фразеологізми з **глутонімами-кваліфікативами** – номінаціями стану споживача; кількості, якості, норми споживаної їжі: вовчий *апетит* (бажання їсти), *голод* не свій брат (відсутність їжі), з макове *зерня* (щось дуже мале).

7) Фразеологізми з **глутонімами-процесивами** – номінаціями дій: *варити* воду, *допекти* до живого (знущання); *годувати* жданиками (обман), *закіпіла* робота (завзяття), *залити* очі (сп’яніння), зуби з’їсти (досвід), душа *кипить* (обурення), без ножа *різати* (дошкульати, мучити), мирову *пити* (мириться).

Таким чином, концептуальні значення фразеологізмів з глутонімами, що передають вищі емоції і пізнавальні якості людини, не дорівнюють сумарному значенню його компонентів, а часом узагалі не має нічого спільного зі значеннями слів, що його складають.

Література:

1. Фразеологічний словник української мови: у 2-х кн. / Уклад. В. М. Білоножко, В. О. Винник, І. С. Гнатюк. – Київ: Наукова думка, 1993.
2. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля, 2006. – 716 с..
3. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь. – М. : Русск. яз., 1986. – 840 с.

Крижанівська Ольга Євгенівна

РЕАЛІЗАЦІЯ ФУНКЦІЇ ВПЛИВУ В СФЕРІ ІНФОРМАТИВНО-РЕГУЛЯТОРНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Сьогодні, коли світ вступив в інформаційну епоху, досить широкого поширення набуває думка про те, що засоби масової комунікації і, зокрема, інформативно-регуляторна лексика, не тільки нагадують членам суспільства про загальновідомі правила поведінки, але й мають непрямий вплив на формування їхнього ставлення до навколишньої дійсності.

Так, звернення, висловлювання, заклики, прохання, що регулюють поведінку людей в суспільстві, відображають культуру цього суспільства так само, як і інші пласти мови та сфери мовної діяльності. Це відбувається різними способами і в різних формах. Будь-який мовний вплив починається з привертання уваги до мовного повідомлення і його джерела. Оголошення, що забороняють ті чи інші дії, показують, якого роду вчинки можливі в даному суспільстві, що можна очікувати від його членів, яку поведінку слід зупинити.

Нами були досліджені такі види регуляторної лексики як оголошення, заклики, прохання, повідомлення, попередження. Дослідження проводилось на основі письмових текстів з англomовних газет, журналів, а також з мережі Інтернет. В ході дослідження впливу інформативно-регуляторної лексики було використано метод наукового спостереження, який дав змогу проаналізувати частотність вживання заперечних форм “no”, “don’t” та ін. і порівняти із закликами, що містять ту ж інформацію у ввічливій формі зі словами “Thank you for...”, “Please”. Сильніший вплив досягається за допомогою ввічливого звернення до свідомості членів суспільства. Дані дослідження можна подати у процентному відношенні – 30%/70%.

Різноманітність сфер застосування прохань, попереджень, повідомлень говорить про прагнення суспільства проінструктувати, контролювати кожен крок своїх членів, і, відповідно, забезпечити

© Крижанівська Ольга Євгенівна, 2012

їх комфортне існування. Так як центром суспільства є індивідум, окрема людина, то основним завданням суспільства є спроба оточити людину максимальною увагою і турботою. Найкращим прикладом цього може бути передвиборча система звернень до народу.

Так, за допомогою методу критичного аналізу було досліджено передвиборчу агітацію двох кандидатів у президенти, Барака Обами та Віктора Януковича, зокрема, фактори впливу, які певною мірою обумовлені їх візуальним сприйняттям.

Як відомо, обидва кандидати, Барак Обама та Віктор Янукович, використовували у своїй агітації поєднання блакитного та білого, де блакитний – домінуючий колір, а білий з ним поєднується. Отже, синій колір звичайно асоціюється з гармонією, спокоєм, безконфліктними відносинами; білий колір уособлює чистоту, мир. Психологічний вплив кольорів також враховував особливості електоральних груп за віковою різницею.

Спільне у кампаніях кандидатів-переможників було і те, що лозунги містили слово “зміни” як прямо, так і опосередковано. Кампанія Обами використовувала гасло “Change we can believe in. Yes, we can.” Виборча кампанія Януковича була теж досить креативною та застосовувала гасло “Будуємо нову країну. Стабільність і добробут”.

Ключовим словом у компанії Барака Обами було слово “Hope” (надія), а також – “Progress” (прогрес) або “Change” (зміна), які розташовувалися під зображенням майбутнього президента. Логотип складався з кола, з центру якого відходили промені червоного кольору, які символізували початок нового дня.

Таким чином, в обох випадках інформативно-регуляторна лексика була розрахована на суспільство в цілому і на кожного його члена окремо для установлення тісного психологічного контакту з реципієнтом повідомлення. Як результат ефективної реалізації впливу регуляторної лексики як окремої ланки в передвиборчій кампанії, – перемога обох кандидатів на виборах. Мова в інформативно-регуляторній сфері була не стільки засобом передачі інформації, скільки засобом управління поведінкою людей, шляхом впливу на їх ціннісні установки.

Кулик Юлія Віталіївна, Сукачова Ірина Юріївна,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

МОЛОДІЖНА СМС-КОМУНІКАЦІЯ: ПРАГНЕННЯ ДО НАСЛІДУВАННЯ УСНОГО МОВЛЕННЯ

Новий засіб мобільної комунікації викликав інтерес у молоді. Ми спостерігаємо: характер спілкування істотно змінився, що зумовлено впливом науково-технічного прогресу і науково-технічної революції [1:50]. Наше дослідження присвячене питанню смс-комунікації на українському ґрунті, що дозволить простежити мовні характеристики текстових повідомлень. Стислість, миттєвість і приватний характер повідомлення, залежність від засобу передавання інформації сприяє прояву мовної творчості, рівня грамотності, вираження позитивних емоцій, невимушеності спілкування.

За нашими спостереженнями, письмова форма молодіжного мобільного електронного комунікативного середовища тяжіє до розмовного стилю. Прагнення до наслідування усного мовлення чітко простежується у низці словотворчих особливостей смс-тексту, а також на рівнях лексики та синтаксису. У повідомленнях нерідко зустрічаються неологізми, популярні в середовищі молоді, розмовна лексика, а також неповні речення (*Ладно, проїхали* – у значенні *не будемо про це говорити*; *Агашеньки* – у значенні *так* або *згода*; *Класно, скоро зустрінемося* – у значенні *добре, нормально*). Приклади свідчать: мережа мобільного спілкування – вільна і природна територія для українських користувачів.

Графіка смс-тексту допомагає імітувати процес живої усної мови. Цьому сприяють такі чинники, як: особлива пунктуація (використання в одному тексті крапки, окличних і знаків питання); смайлики (складені, як правило, із знаків пунктуації, що відображають настрій автора); особлива графіка (суміш латиниці, кирилиці, цифр і позамовних знаків), в якій важливим стає донести зміст висловлювання, не піклуючись про правила та норми; варіативне використання розміру літер.

Доволі часто нормативні розділові знаки поступаються графічним піктограмам – смайликам, які слугують одночасно знаком кінця пропозиції і виразом модусного (емоційного) сенсу: *Дякую за привітання!*), або *Я лист вчора написав, але відправити не вийшло!* На нашу думку, у таких випадках смайли не тільки виконують завдання пунктуаційних знаків, вони ущільнюють повідомлення, передають мовну гру, а також те позитивне психологічне спрямування, стосовно якого як “дружнє поплескування” зазначав Е. Берн [2:14].

Зауважимо, що розмір літер – також своєрідна умовність. Маємо міні-тексти, повністю написані літерами одного розміру: *Я НЕ ПРОТИ, МОЖНА І ЗУСТРІТИСЯ; КОЛИ ПАРА З ОБЛІКУ? ТИ ЙДЕШ В УНІВЕР?* сьогодні їду додому за речами; пішли в кіно. Текст може бути сконструйований і прописними, і малими буквами: *я лечу на ПОБАЧЕННЯ*. За нашими спостереженнями, це своєрідне підкреслення автором ситуації, акцентування уваги, передавання почуттів.

Мобільна мережа здатна задовольнити безліч комунікативних потреб, а саме: *дізнатися про місцезнаходження адресата й адресанта; домовитись про зустріч чи побачення; висловити у відповідь співчуття, захоплення, вдячність; повідомити про запрошення, святкування певної події тощо*.

Отже, смс-тексти виконують основне призначення розмовного стилю мовлення, оскільки являють собою засіб впливу, обміну думками, судженнями; набувають характеру неформального спілкування, окресленого суб’єктивними стосунками. Досліджений матеріал ми не можемо вважати повністю репрезентованим: у ньому представлені студентські текстові повідомлення, що демонструють специфіку молодіжних смс-повідомлень – прагнення до наслідування усного мовлення.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. – К. : ВЦ “Академія”, 2009. – 376 с.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. – М. : ЭКСМО, 2005. – 466 с.

Лековкіна Ольга Михайлівна,
Сумський державний університет

КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИВІТАНЬ

Мовленнєва етика – правила комунікативної поведінки, що ґрунтуються на нормах моралі, національно-культурних традиціях, психології учасників спілкування. Вона передбачає дотримання умов успішного спілкування: доброзичливе ставлення до адресата, демонстрація зацікавленості в розмові, емпатія (налаштованість на внутрішній світ співбесідника), щирість у формулюванні своїх думок, увага, сигналами чого є репліки різних типів, інтонація, міміка, усмішка, погляд, жести [1:89]. Одним із невід'ємних аспектів етики мовленнєвого спілкування є привітальні висловлювання. Дані висловлювання пов'язані зі звертанням, тому їх дуже часто характеризують разом [2:46]. Привітання як мовленнєві етикетні форми, як правило, не вносять у комунікативний акт нової логічної інформації; вони є засобами вираження контактновстановлюючої (фактичної) інформації. Існує безліч класифікацій привітань, запропоновані різними науковцями, але доцільно було б поділити привітання наступним чином:

– за часом. Прикладами можуть бути елементарні висловлювання, на кшталт: *Good morning, Kate.* (M. Binchy), *Good afternoon, I am so glad to see you.* (J. Higgins), *Good day my little friend.* (M. Binchy), *Good evening ladies and gentlemen!* (P. Warren). Привітанням іноді виступають і фразеологічні одиниці пор. : *Haven't seen you for ages!* (J. Higgins); *It's been a while where were you?* (M. Binchy); *It's been a long time I am so glad.* (P. Warren);

– за формальністю. Наприклад: *Hi, chap. Hello Frankie, my dear!*. (P. Warren), чи вислови типу *How do you do* (M. Binchy)! *How are you doing.* (J. Higgins). Останні мають двоїсту природу: привітання та питання, іноді риторичного. Всі ці одиниці є неформальними. Вищезгадані *good evening, afternoon* etc. є офіційними, але часто до них також додається звертання, вказується адресат мовлення: *Good*

evening, ladies and gentlemen (P. Warren), *Dear sirs, can I ask you a question?* (P. Warren)

– за вербальністю та невербальністю, пор. *He nodded as if he said "hello"* (M. Binchy).

– за віком адресата та адресанта. : *Hi man!-How dare you call me so? I am your teacher!* (J. Higgins).

– авторські привітання. : *Ho-ho, Merry Christmas!* (P. Warren), *You-ho, guys!* (M. Binchy).

– національні привітання, що характерні лише представникам певних народів, країн. Такі висловлювання можуть вноситися в англomовний дискурс без змін, тобто мовою оригіналу, як то *Bonjour, bonsoir or what should I say?* (M. Binchy), *Buenos dias, my friends!* (P. Warren).

– жаргоністичні та сленгові висловлювання є надзвичайно поширеними в наш час, особливо серед молоді та підлітків. Дуже часто вони використовують їх навіть у письмовому мовленні, не дотримуючись жодних канонів. До таких можна віднести вищезгадані іншомовні слова, а також багато інших, наприклад: *You – hoo, how are you?* (M. Binchy), , *Hei, people.* (P. Warren), *How are you, my sweet heart?* (M. Binchy).

Таким чином, вищезгадані комунікативні елементи мовленнєвої етики широко вживаються як у художній літературі, так і в повсякденному житті, Всі види привітань даної класифікації часто зустрічаються в англomовному дискурсі.

Примітка:

1. Байкова Л. Проблема мовного етикету в аспекті сучасної лінгвістики // Філологія і культура. – Тамбов: ТДУ ім. Г. Державіна, 1999 – 230 с.

2. Гольдін В. Звертання: теоретичні проблеми. – Саратов: Вид-во Саратовського ун-ту, 1987. – 128 с.

Логвина Марина Степанівна,
Національний університет “Острозька академія”

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЇ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ПРЕСІ

На сьогоднішній день іноземна преса займає важливе місце у світовій мережі засобів масової інформації. Велика кількість англomовних публікацій у сучасній англійській публіцистиці постійно перебувають у тісному контакті з іншими мовами, так як охоплюють галузь зовнішніх відносин. В результаті цього на сторінках англomовних газет відбувається активна взаємодія слів та словосполучень, що сприяє появі нових фразеологізмів та фразеологічних одиниць.

Беручи до уваги газетно-публіцистичний стиль, необхідно зазначити, що газетно-інформаційні матеріали рідко перекладаються повністю чи в чистому вигляді. При цьому переклад замінюється більш коротким реферативним викладом [4:216]. Перекладаючи фразеологізми на рідну мову варто підбирати такі вислови та мовні кліше, які відповідають менталітету та культурі мови перекладу.

Основу газетно-інформаційних текстів та статей складають фразеологізми. Характеризуючись метафоричністю фразеологія надає висловлюванню яскравості, виразності, своєрідності. За способом перекладу фразеологізмів на українську мову їх можна умовно розділити на чотири групи [4:223]:

1) Фразеологізми, що мають повний аналог в українській мові і повністю калькуються при перекладі: *in the seventh heaven* – на сьомому небі; *lion's share* – лева частина; *dead silence* – мертва тиша; *armed to the teeth* – озброєний до зубів;

2) Фразеологізми, які частково не співпадають по образності з українськими: *a thick head* – дубова голова; *haven't got a clue* – не мати ніякої уяви; *to start business from scratch* – почати з нуля; *to buy a pig in a poke* – купити kota в мішку;

3) Фразеологізми, при перекладі яких образ повністю змінюється;

ся: *to show one's teeth* – огризатися; *to hang fire* – призупинити роботу; *what is eating you?* – що тебе бентежить?

4) Фразеологізми, які перекладаються нейтральною лексикою або відповідними аналогами: *all good things come to an end* – доброго потроху; *business before pleasure* – закінчив діло – гуляй сміло; *death is the great leveler* – перед смертю всі рівні; *to cut no ice* – нічого не добиватись; *do in Rome as the Romans do* – у чужий монастир зі своїм уставом не ходять; *fear has long legs* – у страху очі великі; *fine feathers make fine birds* – зустрічають по одержинці; *good health is above wealth* – здоров'я не купиш.

У більшості випадків із метою привернення уваги читача заголовок статті не передає її змісту, а основна інформація знаходиться у підзаголовку. У цьому випадку перекладач має відчувати та правильно передати зміст статті з мови оригіналу на мову перекладу [2:16].

Характерною рисою заголовків англійських статей є те, що вони можуть мати подвійний зміст, за яким можна зробити абсолютно протилежні переклади. Наприклад, заголовок “*Milk drinkers are turning to powder*” можна перекласти як “Люди, що п'ють молоко, перетворюються на порошок”, але правильний переклад звучить так: “Люди, які полюбують молоко, починають вживати сухе молоко” [1].

У газетно-інформаційних текстах часто зустрічаються терміни-синоніми, багатозначні терміни, скорочені терміни. Один і той же термін може бути перекладений по-різному, в залежності від ідейної направленості тексту, в якому його було вжито. Терміни, що зустрічаються в газетно-інформаційному матеріалі, відносяться, в першу чергу, до політичної номенклатури, економіки та міжнародних відносин, а обсяг речення направлений на те, щоб не ускладнювати сприйняття читача, тобто зазвичай довгі та розгорнуті складнопідрядні конструкції уникаються [3:54].

Із вищезазначеного матеріалу можна зробити висновок, що переклад газетно-публіцистичного стилю характеризується певними специфічними особливостями, які перекладач обов'язково повинен враховувати при перекладі.

Література:

1. Витковская Е. О. Двойная актуализация фразеологизмов в аспекте

перевода [Електронний ресурс] / Е. О. Витковская. – СПб., 2009. – Режим доступу: <http://www.novsu.ru/file/315685>

2. Лазарева Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск: Издат. “Урал”, 1989. – 96 с.

3. Паршин А. Теорія і практика перекладу / А. Паршин. – М. : Російська мова, 2000. – 161 с.

4. Федоров А. В. Основи загальної теорії перекладу / А. В. Федоров. – М. : Філологія, 2002. – 416 с.

Матвійчук Оксани Михайлівни,
Національний університет “Острозька академія”

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛЮДИНИ ЗАСОБАМИ НІМЕЦЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ З КОМПОНЕНТОМ-ПРИКМЕТНИКОМ “ВЕЛИКИЙ”

У статті подано основні відомості про фразеологію, розглянуто фразеологізми німецької мови з компонентом-прикметником “великий” та здійснено поділ їх на групи за семантичною функцією.

Ключові слова: фразеологія, фразеологізми, семантична функція.

The article deals with the main features of phraseology, considers German idioms with the adjectival component “big” and presents the division of this idioms into groups according to their semantic function.

Key words: phraseology, idioms, semantic function.

Фразеологія, фразеологізм, поняття “великий”, прикметник *groß*.

Мова характеризується постійною змінністю з точки зору лексичного наповнення. Особливу увагу заслуговують фразеологізми, що відображають менталітет нації [2, 56]. Вивчення фразеологізмів як мовних одиниць – предмет дослідження таких вчених, як Ш. Баллі, В. В. Виноградов, О. І. Смирницький, Є. Д. Поливанов, Л. А. Булаховський, Л. Архангельський.

Ш. Баллі як основоположник цієї науки про усталені мовні звороти у своїх роботах з французької стилістики певне місце відвів опису сполучень слів, розглядаючи фразеологію як елемент лексикології. В. В. Виноградов першим дав визначення основних понять, обсягу і завдань фразеології [1, 23].

Термін фразеологізм більшістю вчених розглядається як “лексикограматична єдність двох і більше нарізнооформлених компонентів,

граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, які, маючи цілісне значення, відтворюються у мові за традицією, автоматично” [3, 11]. Вітчизняні дослідники наголошують на такій характеристиці фразеологізмів, як стійкість лексичного складу і синтаксичної будови [2, 45].

Прикметник *groß* виражає поняття “великий” в німецькій мові і є компонентом більшості фразеологізмів на позначення цього поняття. Такі фразеологізми передають характеристику предмета чи явища, показують ставлення автора до нього чи підкреслюють особливості стилю. За семантичним критерієм ФО на позначення поняття “великий” можна представити у групах. Найчисельнішою є група, де ФО вживаються для опису **характеру, емоцій чи поведінки** особи. Наприклад, *чванство, хвалькуватість та самолюбство* висміюють такі фразеологізми: *denGroßenspielen* (“грати великого”), *“Dudenkstwohl, dergroßeHundistdeinPate?”* (“*Ти думаєш, великий пес – твій хрещений батько?*”), *eingroßesTier* (“*велика тварина*”). Антономічне поняття “авторитетності, популярності” виражають наступні ФО із прикметником *groß*: *inhohemKursestehen* (“бути на високому рахунку”), *großesGewichthaben* (“мати велику вагу”), *ganzgroßdastehen* (“бути досить великим”).

Другу групу ФО на позначення поняття “великий” становлять ті, що вказують на **фізичні характеристики** (*groß undbreitdastehen* (“займати багато місця”), *ganzgroß dastehen* (“мати велику фізичну силу”), *einMannvonFormat* (“*велика сильна людина*”).

Третя група фразеологізмів демонструє співвідношення понять **ВЕЛИКИЙ – МАЛИЙ** : *imgroßenandimkleinen* (“оптом та у роздріб”), *vonKleinenaufdasGroßeschließen* (“по малому судити про велике”), *kleineLeutehabenoftgroßeHerzen* (“малі тілом, та великі духом”), *kleineUrsache, großeWirkung* (“незначні причини – великі наслідки”), *dieWurst (mitderWurst) nachderSpeckseite (nachdemSchinken) werfen* (“пожертвувати малим заради великого”).

Отже, ФО на позначення поняття “великий” широко розповсюджені у німецькій мові. Зокрема, чисельною є група, що описує характер та поведінку особи. Дещо меншими за обсягом є дві наступні групи ФО, що характеризують фізичні якості об’єкта та показують співвідношення ВЕЛИКИЙ – МАЛИЙ.

Література:

1. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография / Виноградов В. В. – М. : Наука, 1977. – 312 с.
2. Олександр Пономарів. Культура слова: Мовностилістичні поради: Навч. посібник. 2-ге вид., стереотип. – К. : Либідь, 2001. – 240 с.
3. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови / Скрипник Л. Г. – К. : Наук. думка, 1973. – 248 с.
4. Duden. RedewendungenSprichwörtlicheRedensarten. – [електронний ресурс].
5. L. Röhrich. Lexikon der Sprichwörtlichen Redensarten / L. Röhrich. – Freiburg : Verlag Herder, 1994. – 1910 s.

*Мирончук Наталія Романівна,
Національний університет "Острозька академія"*

ДОМІНАНТНІ РИСИ КУЛЬТУРИ В АНГЛОМОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У сучасній науці спеціалісти нараховують більше 500 визначень культури, в залежності від того, які її аспекти є предметом дослідження [1:11]. Існує думка про те, що в основі культурних відмінностей лежать відмінності в комунікації. Основоположник теорії міжкультурної комунікації Едвард Холл висловив ідею про однорідність та взаємодетермінованість комунікації та культури. За його думкою, культура – це комунікація, а комунікація є культура [5:169]. Спираючись на дослідження російського дослідника І. А. Стерніна "під комунікативною поведінкою слід розуміти реалізовані в процесі комунікації правила та традиції спілкування тої чи іншої лінгвокультурної общини" [4:97].

Актуальність дослідження полягає у подальшому вивченні особливостей взаємозв'язку мови та культури на прикладі англомовної комунікації.

В останні роки проблеми вивчення взаємодії мови та культури займають одне з провідних місць в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених. До найвідоміших дослідників ми можемо віднести Т. А. ван Дейка, В. А. Маслову, В. Г. Костомарова, С. Г. Тер-Мінасову, Е. М. Верещагіна, А. П. Садохіна, М. Ф. Алефіренко, Т. В. Ларіну, П. Н. Донця, С. В. Іванову, Ю. Б. Кузьменкову, І. А. Стерніна, М. А. Стерніну та інших.

Метою дослідження є дослідити особливості домінування культури в англомовній комунікації на прикладі англомовних текстів.

Об'єктом дослідження є англомовна комунікація.

Предметом дослідження є виявлення домінантних рис в англомовній комунікації.

Своєрідність комунікативної поведінки англійців проявляється у тому, що вони є дуже обережними у своїх словах і вчинках. Вони

віддають перевагу збереженню невизначеності, часто вдаються до обмовок. Прояви такої психологічної характеристики британців як "некатегоричність" знайшло своє відображення на мовному рівні: існує широка палітра засобів вираження модальності, розділові запитання тощо.

При знайомстві в англійському мовному етикеті велику роль відіграє процедура представлення. Раніше в англійському товаристві не було прийнято розмовляти та відповідати на питання тих, хто не був їм представлений. Зараз ця етикетна норма дотримується не так строго. Дистанціювання проявляється і в тому, що англійці віддають перевагу спілкуванню поза межами дому. Найбільш підходящим місцем для зустрічей та бесід є паб. Перелік тем для бесід досить обмежений: погода, хобі, спорт, подорожі, ніяких бесід про особисте життя [3:298].

Як вже було зазначено раніше, для успішної комунікації необхідні також знання невербальних мовних кодів. Британців з раннього дитинства привчають бути стриманими у використанні жестів як індикаторів мовлення.

В цілому, можна зробити висновок, що для представників англійської нації характерний низький ступінь насиченості вербальними та невербальними емоційними елементами, сувора регламентація правил комунікації. Англійці створюють образ стриманої у вираженні емоцій, ввічливої та відданої традиціям нації. Невербальне комунікативне спілкування представників цієї лінгвокультури є низькокінестичним.

Література:

1. Кравченко А. И. Культурология: Учеб. пос. для вузов. 2-е изд. М. : Академический Проект, 2001.
2. Мельник А. Язык жестов. – Москва: ТЕРРА – Книжный клуб, 2003. – 448 с.
3. Ощепкова В. В. Язык и культура Великобритании, США. Канады, Австралии. Новой Зеландии. – М. /СПб. : ГЛОССА/КАРО, 2004. – 336 с.
4. Стернин И. А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры//Этнокультурная специфика языкового сознания: РАН. Ин-т языкознания. – М., 1996. – С. 97-113.
5. Hall 1959 – Hall E. T. The silent language. – Greenwich, CT, 1959.

*Миропольська Катерина Вікторівна,
Національний Університет "Острозька академія"*

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ В ПУБЛІЦИСТИЦІ

Робота присвячена дослідженню особливостей гендерної комунікативної поведінки чоловіків і жінок в ситуації міжгендерного спілкування, відображених у сучасних англійських творах. Під комунікативною поведінкою ми розуміємо реалізацію сукупності засобів комунікації, вибір яких залежить від ситуації спілкування, певних цілей, порушених індивідом, а також положення, яке займає комунікант у соціумі. Залучення гендерного аспекту як одного з соціальних факторів комунікації доповнює поняття комунікативної поведінки. Гендер – термін, що виник у соціальних науках, – у сучасному мовознавстві позначає комплекс соціальних, культурних і психологічних явищ, які співвідносяться зі статтю індивіда.

У своїй роботі, ми спираємося на дослідження А. В. Кириліної, яка вважає, що гендерні особливості чоловіків та жінок впливають на особливості мовлення різних статей, виражені у текстах різного типу, особливо на стильові особливості вираження думок чоловіками та жінками [1: 102].

Виявлено, що жінки серед керівників у сфері журналістики складають найбільше третю четверту частину (у Дніпропетровській і Донецькій областях – по 30%, Автономній Республіці Крим – 26. 6%, Закарпатській – 14%, Львівській – 13%, Житомирській – 11%, Кієві та Київській області – 16%, в Луганській області – 48. 6%). Високі кількісні показники в окремих областях визначаються тим, що жінки найчастіше очолюють видання невеликих містечках чи районних центрах, або ж галузеві, спеціалізовані, чи так звані жіночі.

Творча самореалізація жінок, зокрема у журналістиці, теж не на найвищому рівні. Очевидним стало те, що сьогодні журналістика – професія жіноча. Серед студентів – 85% дівчат. Такий самий показник і серед працівників ЗМІ. При цьому "жіноча тематика" не користується у редакціях повагою, радше до неї ставляться з іронією.

Гендерні стереотипи – позитивні й негативні – закріплюються і на мовному рівні. Кожна стаття часто залишається носієм традиційних чи обов'язкових норм та оцінок, що визначають гендерну поведінку [2: 85].

Неабияке значення має те, що жінки обіймають незначний відсоток управлінських і керівних посад, вони не впливають істотно на процес прийняття рішень у мас-медійних організаціях. Керівництво ЗМІ часто обмежує жінок-журналісток у виборі тем для своїх виступів, тому вони змушені писати здебільшого про проблеми культури, здоров'я, сім'ї чи працювати з читацькою поштою.

Деякі позитивні зміни помітні в тлумаченні суспільних проблем, зокрема гендерного паритету, суто жіночими виданнями. На сьогодні в країні існує понад сорок подібних часописів. Але варто зазначити, що більшість із них присвячена лише побутовому відображенню життя, де значна увага звертається на інтимну сферу, світську поведінку, різні плітки тощо. Мало висвітлюються духовні, моральні, психологічні проблеми, а також сутнісні явища, що стосуються відродження жіночої самосвідомості.

За загальними даними проведених аналізів різних газет, усередньому кількість згадувань чоловіків в одній газеті перевищує кількість згадувань жінок у 3-4 рази. Загальний образ суспільства створюється за допомогою фотографій; цей інструмент журналістики важливий у процесі реального та достовірного відображення дійсності. Моніторинг виявив, що чоловіки на фотознімках з'являються у 2, 5-3, 5 разів частіше, ніж жінки [3: 44].

Отже, щоб оцінити, кого частіше обирають як фахівців для коментарів тих чи інших актуальних (наукових, політичних, етично-психологічних та ін.) проблем, проаналізовано, кого частіше цитують, на кого посилаються, у кого частіше беруть інтерв'ю. Дослідження свідчать, що до чоловіків звертаються у таких випадках у 4-5 разів частіше, ніж до жінок.

Література:

1. Кириліна А. В. Гендер: лінгвістичні аспекти. – М., 1999. – 194 с.
2. Кириліна А. В. Гендерні аспекти мови і комунікації: Автореф. дис. – М., 2000. – 223 с.
3. Coates J. Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Sex Differences in Language. – NY: Longman, 1986. – 323 p.

Мовчан Ірина Юрївна,
Національний університет "Острозька академія"

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ НАВИЧОК У СТУДЕНТІВ

Стаття присвячена проблемі визначення особливостей формування лексичної компетенції у студентів факультету романо-германських мов.

Ключові слова: семантизація, лексична одиниця, лексична навичка.

This article is devoted to the problem of Romance and Germanic college students lexical competence formation determination.

Key words: semantization, lexical unit, lexical skill.

Стаття присвячена проблемі визначення особливостей формування лексичної компетенції у студентів факультету романо-германських мов. Пропоную розглянути етапи формування лексичних навичок у студентів.

Студенти, що опановують спеціальність іноземних мов повинні володіти англійською мовою на високому рівні, який може забезпечити їм можливість обрання професії за спеціальністю. Це вимагає володіння комунікаційною компетенцією, яка дає можливість спілкування в професійній сфері. Для цього потрібно добре засвоїти матеріал.

Лексичні навички досліджували такі вчені-методисти як Пассов Є. І., Шатілов С. Ф., Берман І. М. Зокрема Уханова Л. С. стверджує, що акт вивчення іноземної мови передбачає подачу форми лексичної одиниці (її слухового, артикуляційного, зорового та руко-моторного образу) та її значення, що зумовлює появу у свідомості студента потрібних асоціацій між матеріальним і смисловим планами слова або словосполучення.

Тому одним з етапів засвоєння лексичного матеріалу є етап ознайомлення студентів з новими лексичними одиницями. Лексична одиниця являє собою таку одиницю, основний зміст якої має матеріальний характер, а вираз знаходиться у відповідності з правилами

оформлення даного слова, властивими даному мови. Цей процес завжди розпочинається з семантизації. Всі способи семантизації поділяють на дві групи: перекладні та безперекладні. Обираючи спосіб семантизації, необхідно брати до уваги належність слова до активного чи пасивного мінімуму, ступінь навчання, вікові особливості та мовну підготовку. В нашому випадку можна використовувати дефініцію іноземною мовою.

На думку Пассова Є. І., спочатку формуються навички роботи з лексичним матеріалом, потім має місце етап вдосконалення навичок і лише після цього настає етап розвитку вмінь оперування лексичною одиницею у мовленнєвій діяльності. Проте Шатілов С. Ф., Борщевська В. Д. вважають, що навчання іншомовної лексики проходить через етапи семантизації й первинного закріплення, формування та вдосконалення навичок.

Лексична правильність іноземної мови виражається в правильному слововживанні, тобто в семантично правильному поєднанні слів досліджуваної іноземної мови за його нормами, які часто відрізняються від семантичних правил поєднання у рідній мові. Щоб подолати вплив рідної мови, необхідна мовна практика в новій мові, в процесі якої створюються міцні, гнучкі мовні лексичні навички. Основною метою є формування лексичних навичок експресивних і рецептивних видів мовленнєвої діяльності.

Важливо також отримати чіткий образ форми нового лексичного елемента. Наприклад, багато студентів асоціюють нове слово з словом у рідній мові. Потім слід дізнатися значення слова, попросити когось пояснити, що означає незнайоме слово або постачальником лексичних визначень може бути словник.

Лексика засвоюється двома способами: навмисно і випадково. Випадкове засвоєння є більш потужним джерелом збагачення лексичного запасу студентів.

Отже, як бачимо, лексика в системі мовних засобів є головною діючою силою, що несе смислові змістовні зв'язки. Засвоєння програмного лексичного матеріалу може проводитися у відповідності з принципом лексичного випередження у навчанні іноземних мов. Вищезазначені види формування навичок лексичної компетенції роблять процес навчання фахової лексики гнучким і цікавим, професійно-зорієнтованим та особистісно-вмотивованим. Це забезпечує досягнення необхідного рівня знань і оволодіння іноземною мовою.

Література:

1. Гришкова Р. О. Шляхи впровадження нових методичних принципів навчання іноземної мови // Вересень. – МОІППО. – Миколаїв, 2003. – №2. – С. 51-57.
2. Коломінова О. О. Формування англомовної лексичної компетенції// Іноземні мови. – 2005. – №2. – С. 48-51.
3. Соколова Є. М. Методика навчання іноземної мови. – М. : Просвещение, 2002.
4. Тарнопольський О. Б. Методика навчання студентів вищих навчальних закладів англійської мови / О. Б. Тарнопольський, С. П. Кожушко. – Вінниця: Нова книга, 2008. – 288 с.

*Моїсєєва Олена Сергіївна,
Національний університет "Острозька академія"*

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАКРО- ТА МІКРОСТРУКТУРИ СЛОВНИКА

У цій статті йдеться про особливості структури словників, зокрема виділено основні складові елементи словника на макро- та мікро рівні та їх короткі характеристики.

Ключові слова: макро- та мікро структура словника, заголовкове слово, екземпліфікація, паспортизація.

This article deals with peculiar features of dictionary structure, main elements of dictionary and their characteristics.

Key words: macro and micro structure of the dictionary, zaholovkove word ekzemplifikatsiya, certification.

До питання структури словника звертались такі вчені як Демська О. М., Баранов А. Н., Пилинський М. М., Головащук С. І. та інші.

Структуру словника можна розглядати на двох рівнях: макро– та мікро.

Під макроструктурою розуміють загальний уклад словника, що охоплює власне словник, чи взаємне розташування словникових статей за попередньо визначеним принципом, передмову, правила користування словником, список скорочень, граматичний опис мови (у перекладних словниках), різного типу списки чи додатки тощо [1].

Під мікроструктурою словника прийнято розуміти внутрішню будову лексикографічного опису словникової статті.

Актуальність проблеми полягає у тому, що попри значну дослідженість питання, в українській лексикографії все ще не існує сформованих принципів укладання словників та термінологічної системи, яка б охоплювала назви структурних компонентів словника.

Предмет – макро– та мікроструктура словника.

Завдання – виокремити існуючі думки та підходи щодо основних компонентів структури словника та вимоги до них.

Визначальною відмінністю макро– і мікроструктури є те, що макроструктура мовно не детермінована, вона не залежить від мови, описуваної у конкретному словнику, має формальний характер. Натомість мікроструктура залежить від загальної лінгвістичної теорії, від концепції словника, принципів лексикографування.

Загалом обов’язковими елементами словникової статті є:

- 1) аголовкове слово (вхід);
- 2) граматична інформація;
- 3) тлумачення або переклад (залежно від типу словника);
- 4) приклади чи екземпліфікація;
- 5) паспортизація приладового матеріалу;
- 6) фраземіка [1].

Стилістична характеристика є факультативним елементом словникової статті, проте цей елемент виявляє тенденцію до обов’язковості. Стилістична характеристика передбачає наявність інформації про функціонально-стильову, емоційно-експресивну, емоційно-оцінну та нормативну специфіку заголовкового слова.

Заголовкове слово ідентифікує словникову статтю та позначає її місце у переліку всіх словникових статей. П. Жмігородський зазначає, що ‘треба пам’ятати, що заголовкова одиниця є умовним знаком, який є тільки ‘етикеткою’ словникової статті, приписаної їй на засаді узгодження’ [3].

Граматична інформація у словниковій статті може бути явною (експліцитною), неявною (імпліцитною), загальною та індивідуальною.

Важливою частиною словникової мікроструктури є дефініція, тлумачення, або переклад (залежно від типу словника).

Специфічною рисою словникової дефініції є тенденція до стиснення, компресії інформації, що викликана декількома факторами: прагненням до економії місця у словнику та економії матеріальних ресурсів; бажанням вмістити у обмежений простір найбільшу кількість корисної інформації; необхідністю подати відомості так, щоб їх можна було легко зрозуміти та засвоїти [2: 151].

Два структурні елементи словникової статті, що пов’язані між собою – ілюстрація та паспортизація. Ілюстрація – приклад вживання описуваної мовної одиниці в реальному тексті. Паспортизація – вказівка на текстове джерело, з якого походить ця одиниця [1].

Такими є основні елементи структури словника. Проте, залежно від поглядів науковця, певні елементи можуть бути факультативни-

ми чи обов’язковими. Все залежить від типу словника та поглядів лексикографів.

Література:

1. Демська О. М. Вступ до лексикографії [Текст]: навч. посіб. / О. М. Демська; Нац. ун-т “Києво-Могилянська академія”. – К. : КМ Академія, 2010. – 266 с.
2. Мейзерська І. В. Лексикографічна параметризація: структурний та функціональний аспекти / І. В. Мейзерська // Вісник СумДУ: Сер. Філологія. – № 1. – Том 1. – 2007. – С. 151–155
3. Żmigrodzki P. Słowo – słownik – rzeczywistość. – Kraków: Lexis, 2008. – 230 s.

*Морозовська Аліна Володимирівна,
Національний Університет "Острозька академія"*

НОВІТНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Вимоги сучасного суспільства до професійного рівня людини, її загальної культури зростають з кожним днем. Завдяки інтеграції в Європу, залученні до світових цінностей статус іноземної мови почав неспинно зростати. Держава почала відчувати потребу у висококваліфікованих спеціалістах для встановлення ділових зв'язків з іншими країнами. Але володіння іноземною мовою на високому рівні не можливе без фундаментальної підготовки, яка розпочинається ще у початковій школі. Проблема ефективного навчання іноземних мов у початковій школі досліджували Афанасьєв В. Г., Коломинова О. О., Роман С. В., Ганелін Ш. Г., Скаткін М. М., Роман С. В., Гунько С., Коваленко О. Я., та інші. Зокрема Н. Хомський вважав, що людина народжується з здатністю засвоювати будь-яку мову швидко та зберігає цю здатність до 11-12 років. За умови правильної організації навчального процесу діти молодшого віку можуть швидко опанувати іноземну мову до рівня вільного володіння навіть не знаючи граматичних правил. Така здатність може бути пояснена особливостями їхнього психічного розвитку та розумової діяльності (Л. Виготський, О. Запорожець). Що раніше розпочинається грамотне навчання тим кращим обіцяє бути подальший інтелектуальний розвиток дитини. [5] Л. Виготський, Н. Кудикіна, О. Запорожець, Р. Жуковська у своїх працях наголошують на необхідності розробки форм навчання що сприяли б вияву внутрішнього потенціалу учня, використовуючи при цьому ігрову діяльність як провідну, для того щоб розвинути найважливіші навчально-пізнавальні ознаки. Гра допомагає дитині засвоїти певні норми поведінки в різних сферах життєдіяльності. Одним із найефективніших методів на ранньому етапі вивчення мови є Total Physical Response Method (TPRM), що враховує не лише фізіологічні особливості дитини а й її природні здібності. TPRM – це метод теорія якого доводить що іноземна мова засвою-

© Морозовська Аліна Володимирівна, 2012

ється дітьми легше якщо вивчення мови починається з вивчення фізичних дій та команд, що виконуються одночасно. Такий урок діти сприймуть як гру, що допоможе засвоєнню інформації в доступній для них формі. Такі заняття розвивають у дітей пам'ять, увагу, образне мислення і т. д. [2]. На думку Гунько С. доволі ефективним є метод асоціативних символів (МАС), що являє собою мову рухів, жестів, міміки. За допомогою цього ігрового методу у дитини розвивається образне мислення, уява, лінгвістичне відчуття. Оскільки навчання засноване на грі дитина відпочиває і зовсім не втомлюється переосмислюючи велику кількість інформації, а отже вчиться граючи. Цей метод перетворює матеріал на простий і цікавий. Створюючи умови, максимально близькі до життєвих ситуацій, використання асоціативних символів збільшує можливість мимовільного запам'ятовування, не перевантажуючи таким чином пам'ять [1; 4].

Отже, у статті представлено два методи які є найефективнішими для навчання іноземних мов у початковій школі. Та потрібно також віддати належне і вчителю, адже саме від нього та його здатності скористатися позитивним досвідом вітчизняних та вчених із-за кордону залежатиме ефективність навчання іноземної мови. Та нажалі все частіше і частіше вчителі звертаються до стандартних, перевірених часом навчальних методів. Забуваючи про те що викладання вимагає креативного підходу від вчителя адже "педагогіка є наукою і мистецтвом одночасно, тому і підхід до вибору методів навчання має ґрунтуватися на творчості педагога". [3: 159-160]. Будучи в курсі новітніх методів викладання, він матиме змогу підібрати оптимальний метод відповідно до потреб та інтересів учнів.

Література:

1. Гунько С. Граючись, учимось / Гунько С., З. Коновалюк. – Луцьк, 2009. – 88 с.
2. Коваленко О. Я. Концептуальні зміни у викладанні іноземних мов у контексті трансформації іншомовної освіти / О. Я. Коваленко і Інозем. мови в навч. закладах. – 2003. – №2. – С. 20-24.
3. Кузьмінський А. І., Омеляненко В. Л. Педагогіка: Підручник. – К. : Знання-Прес, 2008. – 447 с.
4. Редько В. Г. Лінгводидактичні засади навчання іноземної мови учнів початкової школи / Редько В. Г. – К. : Генеза, 2007. – 136 с.
5. Черникова Е. Ф. Развивающие игры с пальчиками / Черникова Е. Ф. – М. : Дом. XXI век, 2009. – 192 с.

Музичук Олена Миколаївна,
Національний університет “Острозька академія”

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЇ

У цій статті йдеться про особливості центрального структурування лексико-семантичного поля “екологія”.

Ключові слова: екологія, семантика, поле, мікрополе.

This article deals with central structuring of lexico-semantic concept “ecology”.

Keywords: ecology, semantics, field mikropole.

Протягом останніх років екологічні проблеми займають вагоме місце в нашому житті, тому “the environment” все частіше вживається не тільки у спеціальній літературі, а й у нашому щоденному житті, що спричиняє зростання кількості людей, які володіють знаннями про довкілля. Оскільки екологічні проблеми є актуальними для суспільства, вони привернули нашу увагу з лінгвістичної точки зору. Проаналізувавши теоретичну літературу, ми дізнались, що ці питання в лінгвістичному аспекті досліджували такі вчені як Є. Л. Міланович, А. Є. Вейцман, Ю. В. Зонов, Г. І. Осипов та інші [1:106].

Екологічний лексикон є особливою лексико-семантичною підсистемою мови, до якої ми відносимо екологічну термінологію, лексико-фразеологічні одиниці, що використовуються у сфері екології, а також загальноновживану лексику англійської мови, яка обслуговує сферу екології. Оскільки ці питання раніше не досліджувались, нашою метою є визначити центральне структурування лексико-семантичного поля “екологія” та встановити характер системних відносин складових полів у їх внутрішній будові та зовнішніх зв'язках між собою.

Лексична одиниця, яка пов'язана з ідентифікаторами прямим семантичним зв'язком є environment. Почергово, ми проаналізували всі лексеми взявши за основу гіпотезу В. Левицького яка пояснює, що чим ближче елемент розміщений до початку лексичного ряду,

тим більшою мірою виявляється його зв'язок з головним значенням слова [2:98]. Ми визначили місце розташування семи environment в описі кожного члена лексико-семантичного поля (ЛСП). За дефініцією слова environment ми звернулись до Webster's Ninth Collegiate Dictionary: 1. Environment is the circumstances, objects, or conditions by which one is surrounded (as land, water, air). 2. Environment is the complex of physical, chemical, and biotic factors (as climate, soil, and living things) that act upon an organism or an ecological community and ultimately determine its form and survival [3:416].

Проаналізувавши близько 1000 ЛО та застосувавши статистичний метод В. Левицького ми здійснили чітку класифікацію конституентного складу лексико-семантичного поля та поділили ЛО на 3 групи:

1. Слова, що становлять центр групи
2. Слова, які розташовані недалеко від центру і разом з ним становлять ядерну частину поля.
3. Слова, які формують периферійну частину нашого лексико-семантичного поля.

У результаті багатоступеневої ідентифікації ми змоделювали ЛСП “Environment”, до складу якого належать 6 мікрополів з такими словами-ідентифікаторами: water, air, land, mountain, flora, fauna. Ядерну та периферійну частини становлять переважно іменники, а також дієслова й прикметники, що походять від твірних основ іменників та поєднані з ними спільними інваріантними значеннями.

Література:

1. Васильев Л. М. Теория семантических полей // Л. М. Васильев. ВЯ. – 1971. – № 5. – С. 105-113.
2. Левицкий В. В. Статистическое изучение лексической семантики // В. В. Левицкий – К. : УМК ВО, 1989. – 155 с.
3. Webster's Ninth New Collegiate Dictionary / Ed. By Ph. Gove – Springfield. – Massachusetts, 1986.

Новак Вікторія Володимирівна,
Національний університет “Острозька академія”

РОЛЬ МЕТАФОРИ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Використання метафори в англomовному політичному дискурсі є не тільки ефективним інструментом впливу на підсвідомість адресата, а й забезпечує смислову та емоційну цілісність тексту. У статті виокремлено основні ролі метафори у англomовному політичному дискурсі на основі аналізу робіт науковців, що вивчали цю проблему.

Ключові слова: метафора, політичний дискурс.

The usage of metaphors in the English-speaking political discourse is not only an effective tool of influence on the subconscious of a recipient, but also it provides semantic and emotional unity of the text. The article defines the major roles of metaphors in the English-speaking political discourse which are based on the analysis of the works of scholars who studied this problem.

Key words: metaphor, political discourse.

В умовах жорсткої боротьби за владу політики використовують різні способи, щоб підвищити свої рейтинги. Одним з основних інструментів, що використовується з метою привернення уваги до особистості політика є яскрава, виразна і асоціативна мова, побудована на ефективному використанні політичної метафори.

Актуальність даного дослідження полягає у тому, щоб визначити основні сфери впливу метафори в англomовному політичному дискурсі на свідомість реципієнтів.

Об’єкт дослідження: англomовний політичний дискурс.

Предмет дослідження: спрямованість вживання метафор у англomовному політичному дискурсі.

“Політичною” прийнято вважати будь-яку метафору використану в політичному дискурсі. А. Н. Баранов та Ю. М. Караулов визначають основну мету політичної метафори: “політична метафора це

© Новак Вікторія Володимирівна, 2012

мовленнєвий вплив з метою формування у реципієнта (найчастіше у суспільства) позитивної або негативної думки про ту чи іншу політичну одиницю”. [1, 63].

Теорія політичної метафори виникла в процесі взаємодії двох провідних напрямків сучасного мовознавства – метафорології та політичної лінгвістики. Зближення цих напрямків обумовлено як бурхливим розвитком досліджень, присвячених політичній комунікації, так і переосмисленням самого поняття метафори, новим розумінням її ролі в організації ментальних процесів і мовної картини соціальних відносин. У сучасній науці формується уявлення про політичну метафору як про інструмент для усвідомлення, моделювання та оцінки політичних процесів, як засобів впливу на соціальну свідомість.

Значна кількість досліджень політичної метафори виконані в рамках критичного аналізу політичного дискурсу, тобто методологічно пов’язані з ідеями Р. Водак, Т. ван Дейка та їх однодумців. У цьому випадку метафора розглядається як один із засобів, які використовує соціальна влада для здійснення свого панування в суспільстві, для обґрунтування і створення соціальної нерівності й обману громадян.

Роль метафори у англomовному політичному дискурсі величезна: її присутність оживляє офіційний текст, “дозволяє побачити, уявити певне явище, ... кидає світло на саму сутність даного явища, дозволяє краще зрозуміти, оцінити, визначити його” [2, 20]. Таким чином, метафора привертає і утримує увагу, насичує текст виразними образами, здатними надовго зберегтися в пам’яті, впливає на асоціативне мислення, будучи одним з інструментів впливу і маніпулювання свідомістю та розумовим процесом, є ефективним засобом вираження особистої позиції автора та виступає в ролі ущільнювача інформації.

Метафора відповідає за те, що б політична мова, яка несе нам певну інформацію, була не тільки зрозумілою, але і незабутньою, так як однією з найважливіших функцій політичного дискурсу є функція впливу. Лінгвіст Чудінов А. П зазначає, що “Аналіз найбільш уживаних метафоричних моделей дозволяє зробити найбільш відчутною ту політичну міфологію, яку так чи інакше намагається нав’язати мовець.”[4, 75] Тому метафора допомагає нам зрозуміти, як ті чи інші явища реального життя, зокрема політики, відображаються у свідомості слухачів.

Метафора активно використовується при побудові картини світу в англomовній політичній сфері, причому використовується настіль-

ки ефективно, що її присутність стала невід’ємною частиною політичного дискурсу, непомітною масовому споживачеві, що, в свою чергу, дозволяє впливати як на його свідомість, так і на несвідомі компоненти його психіки.

Метафора також має здатність впливати на процес прийняття рішень. Дослідники А. Н. Баранов та Є. Г. Казакевич вказують на властивість метафор підказувати, налаштовувати, наводити на певний тип рішення і поведінки. Вони вважають, що когнітивна сила метафори робить її незамінним інструментом при пошуку рішень проблемних ситуацій. Інший дослідник Худолій А. О. у своїй праці зазначає, що “одним з найвиразніших лексико-стилістичним засобом та показником динаміки мовних змін у сучасних публіцистичних текстах є метафора, оскільки вона утворює базові схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація досвіду і пізнання навколишнього світу” [3, 9].

Процес збагачення політичної метафорики не має абсолютно ніяких обмежень, оскільки вплив метафори на мислення людини є беззаперечним. У політиці метафора є основним постачальником альтернатив вирішення проблемних ситуацій. Тобто, політична метафора представляє безліч можливих виходів із кризової ситуації, які будуть розглядатися політиком в процесі прийняття рішень.

Крім того, використання метафор у англомовному політичному дискурсі дозволяє передати інформацію в більш доступній для адресата формі, пояснити складні політичні явища за допомогою більш простих і знайомих йому реалій. Оскільки політична мова часто адресована широким масам, а політична сфера відрізняється складністю і високим ступенем абстракції, метафора виявляється вкрай корисним і дієвим інструментом. “Активізуючи аналогові можливості мислення, метафора значно полегшує процес осмислення адресатом подій, що відбуваються в політичному житті країни та світу” [5].

Іншими словами, ефективно використання метафори сприяє перетворенню політичної картини світу адресата, формуванню відповідного емоційного фону і певного ставлення до якогось явища, події чи політичного діяча. Метафорична аргументація постійно використовується в мові політичних лідерів як засіб зміни політичних поглядів аудиторії.

Таким чином, метафора є не тільки засобом залучення уваги потенційних виборців. Її роль в англомовному політичному дискур-

сі не обмежується суто художньою стороною. Метафора активно використовується при побудові картини світу в політичній сфері, причому використовується настільки ефективно, що її присутність стала невід’ємною частиною політичного дискурсу, непомітною реципієнту, що, в свою чергу, дозволяє впливати як на його свідомість, так і на несвідомі компоненти його психіки.

Література:

1. Гаврилова М. В. Президентский дискурс как предмет политической лингвистики // Тезисы докладов. IV Всероссийский конгресс политологов “Демократия, безопасность, эффективное управление: новые вызовы политической науке”. М., 2006. С. 63 – 65.
2. Опаріна, Е. О. Метафора в політичному дискурсі // Політична наука. Політичний дискурс: Історія і сучасні дослідження [Текст]: Зб. наук. тр. / Е. О. Опаріна. – М. : РАН ІНІОН, 2002. – 375 с.
3. Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця XX – початку XXI століття: Дис. канд. філол. наук: 10. 02. 04. – К. 2004. – 278 с.
4. Чудінов А. П. Політична лінгвістика / А. П. Чудінов. – Єкатеринбург: Видавництво Урал. ун-та, 2003. 178 ст.
5. Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf / G. Lakoff // http://lists.village.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_1.html

Новоселецька Світлана Володимирівна,
Національний університет “Острозька академія”

ОСНОВНІ ФОНЕТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КАНАДСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У цій статті йдеться про фонетичні особливості канадського варіанту англійської мови.

Ключові слова: вимова, фонетичний рівень, канадський варіант.

This article deals with phonetic peculiarities of Canadian variant of English language.

Keywords: pronunciation, phonetic level, the Canadian version.

Наукове вивчення канадського варіанту англійської мови розпочалося порівняно нещодавно. У 50 – 60-их роках в Канаді було опубліковано багато статей, присвячених дослідженням особливостей канадської англійської мови. Лише тоді розпочався збір, аналіз та класифікація фактичних даних прямої мови із різних місцевостей країни. Однак багато праць, що досліджували б фонетичні особливості канадського варіанту англійської мови, все ж немає.

Канадський варіант розвивався в умовах впливу британського варіанту з однієї сторони і американського – з іншої. Саме тому вимова канадської англійської мови містить у собі особливості вимови як і британського, так і американського варіантів. М. Оркін вважає, що на канадську вимову сильно впливає фонетика так званої загальної американської мови (General American), в самій же Канаді єдиного мовного стандарту не існує, і навіть одна і та сама людина вимовляє одні й ті ж звуки по-різному [4: 25]. Найбільш типовим для Канади вважається вимова провінції Онтаріо, досліджена У. Авісом. Він зазначив, що в словах повсякденного вжитку тут переважають американські мовні навички, тоді як у словах літературного стилю, які рідше використовуються в повсякденній мові, – британські. Відмінності у вимові залежать також від соціального статусу носіїв: верхні суспільні верстви більш схильні до британської вимови, нижні – до американської [2: 94- 98].

© Новоселецька Світлана Володимирівна, 2012

Однією з найбільш видимих особливостей на рівні голосних у сучасній англійській мові Канади є так зване “канадське підняття”, яке було зафіксоване ще в 1942 році. Джон Уельс у своїй праці “Акценти англійської мови” зазначає, що дифтонг [au] перед глухим приголосним вимовляється в Канаді як [Λu], а дифтонг [ai] як [əi], тобто з першим елементом більш високого підняття у словах типу *price, mouth, while, like, life, nice, house, right, pike, knife, type, pipe, south, out, etc.* [6: 491-495]. Перед дзвінками приголосними та в кінці слова дифтонг [au] вимовляється так як в американському варіанті англійської мови. Наприклад, в таких словах: *down, loud, owl, rouse, cow, brown, bow, mouse.*

Для канадської вимови характерним є відсутність розрізнення довготи і короткості голосного, що є подібним до General American. В канадському варіанті немає постійної залежності між якістю та довготою голосного, що є наголошеним; вимова коротких голосних часто подовжується, особливо у зв’язку зі зміною висоти тону: падінням і підйомом висоти в кінці висловлювання. Саме тому, часто вимова довгих голосних звуків зменшується, що сприяє ускладненню у розумінні співрозмовця. Адже такі слова як *bot – bought, cot – caught* досить схожі за вимовою, але абсолютно різні за значенням.

Звук [u] має певні особливості у канадській вимові, адже у різних словах має вимову інших країн. У таких словах як *news, new, tune, few, due, student* після альвеолярних приголосних британський звук [ju:] відповідає американське [u:]. Британська норма користується в Канаді великим престижем, за винятком слова *suit*, в якому 83% інформантів, як зазначає Гаращук Л. А. у своїй статті, вимовляли [u:] [1: 88-91]. Вимова цих слів з монофтонгом спостерігається частіше у людей більш низького культурного рівня, в той час як [ju:] вважається престижністю. Все це сприяло поширенню звука [ju:], який використовується навіть у таких словах як *moon, noon, goose*. Однак у певний період встановлення англійської мови у односкладових словах типу *hoof, tooth, roof, food, root* коренева голосна звучала [e:], тому канадці переважно вимовляють її як [u:] або [ju:][5].

Ще однієї суттєвою особливістю канадської вимови є голосний звук у таких словах як *class, dance, bath*, що в американському варіанті вживається як голосний [æ], а в британському – [ɑ:], для канадської вимови більш характерною є американська тенденція. Тільки в іменниках *aunt i drama* канадцями більш високого освітнього рівня зазвичай вимовляється з [ɑ:]. Тому при розрізненні цих двох варіа-

цій звуку слід також враховувати до якої ланки у суспільстві відноситься той чи інший мовець.

Наступною особливістю є специфіка вимови [r], на відміну від британської вимови *father, maker, driver, younger, after, cart*. Крім того, характерним також є вживання h перед w в таких словах, наприклад, *whether, whine, whale*, що вважається американською рисою. Однак, далеко не всі жителі Канади дотримуються цього правила. Названі вище американські риси та деякі інші, які притаманні канадському варіанті, додають мові канадців типово “американського” забарвлення. Проте такий спосіб вимови може викликати труднощі у розумінні мови співрозмовця, адже такі пари слів як *spirit* та *spear, mirror* та *nearer, ferry* та *fair, for* та *four* вимовляються майже однаково.

Спостерігається також така особливість у канадській вимові як дзвінка вимова глухого [t], відоме в англійській мові як *flapping*, що також характерне для General American. Деякі мовці Північної Америки переконані, що групи слів такі як *shutter – shudder, plotted – plodded, hurtle – hurdle bleating – bleeding*, чи *butter – budder* цілком можуть бути омонімами, не зважаючи на те, що там [t] та [d], проте частина канадців розрізняють вимову цих груп слів. Ця тенденція також виявляється у словах, де літера t стоїть після n, наприклад, *center, twenty, printer*, саме тому такі слова як *winner* і *winter* розглядають також як омоніми [3: 62-64].

Отже, у ході дослідження було з'ясовано, що канадський варіант англійської мови, не зважаючи на те, що містить у собі риси як і британського, так і американського варіантів, володіє певною своєрідністю, притаманною лише йому. Канадському варіанті характерні власні особливості не лише на лексичному рівні, але і на фонетичному. Оскільки, вимова жителів Канади є унікальною та їй притаманні власні правила на фонетичному рівні. Все це дає підстави вважати, що канадська мова є справді одним із самостійних варіантів англійської мови.

Література:

1. Гарашук Л. А. Основні фонетичні та акцентуальні особливості канадського варіанта англійської мови на сучасному етапі. – Житомир: ЖДУ, 2010. – С. 88–91.
2. Жлуктенко Ю. О. Канадський варіант англійської мови та поняття канадизми / Ю. О. Жлуктенко // Питання романо-германської філології та методи викладання іноземних мов. – К. : в-во Київського університету, 1975. – С. 94–98.

3. Касаткина Т. И. О степени влияния американского английского на английский язык Канады / Т. И. Касаткина // Вопросы лингвистики. – Ярославль, 1973. – С. 59–64.

4. Orkin M. M. Speaking Canadian English. An informal account of the English language in Canada / M. M. Orkin. – London: Routledge & Kegan Paul Ltd Broadway House, 1971.

5. The Canadian Dictionary / [ред. Ж. Вінейя]. – 2-ге вид., – Детройт, 1962.

6. Wells, John C. Accents of English. – New York: Cambridge University Press, 1982. – 685 p.

Огей Мирослава Вадимівна,
Національний університет “Острозька академія”

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У цій статті йдеться створення гендерної нерівності засобами ЗМІ.

Ключові слова: гендерна нерівність, масмедіа, лінгвістика.

This article deals with the formation of gender inequality by mass media.

Keywords: gender inequality, mass media, linguistics.

ЗМІ відіграють дуже важливу роль в формуванні гендерних стереотипів та гендерних стандартів і утвердженню в суспільстві гендерної культури. Мас-медіа, впливаючи на суспільство, на різні соціальні групи, на кожну людину окремо, намагаються не тільки інформувати, а й формувати в суспільстві певні установки, викликати емоції і спонукати до дії. Наявні в суспільстві проблеми гендерної нерівності також мають своє масмедійне вираження.

Фіксуючи стан вивчення гендерних проблем у масмедіях, дослідження в цій галузі зосереджувались передусім на вивченні масмедійного змісту з позиції гендеру [4:47]. У поле наукового осмислення та відповідного аналізу потрапили: проблеми репрезентації чоловіків і жінок масмедійними засобами, проблеми гендерних стереотипів, гендерні аспекти мови і мовлення. Питання співвідношення мови і гендеру привернули увагу дослідників у 70-х роках ХХ століття. Саме тоді виникла нова дисципліна – гендерна лінгвістика, представниці якої вважали, що внаслідок патріархального устрою суспільства мова відтворює світ та уявлення про нього з чоловічої позиції, представляючи чоловіка як норму, а жінку як відхилення від неї. Як приклад андроцентричного характеру лінгвістичних досліджень часто згадується праця лінгвіста Отто Есперсена “Мова: її природа,

розвиток та походження”, яка містить окремий розділ про жінок, дітей і іноземців, і в цій книзі не має відповідного розділу присвяченого мовленню чоловіків. Цей приклад засвідчує, що класичну лінгвістику створили чоловіки, які досліджували мовлення *інших* чоловіків як стандарт, тоді як особливості мовлення жінок вважалося як відхилення від стандарту [3:96].

Інша дослідниця Сьюзан Ромейн, вважає парадоксальним те, що мовлення жінок вважається другорядним, тоді як мовлення чоловіків цінується набагато більше, лише тому що в них більше влади [1:28]. Наприклад, у різних середовищах англomовлян, згідно з даними наукового видання “Language and Social Identity” (Cambridge, mass, 1982) на суб’єктивному-тезаурусному рівні зафіксовано такі закономірності у стратегіях “жіночого” і “чоловічого” мовлення: характерною рисою чоловічої стратегії є спрямованість на соціально-політичний (king, plot, war, politics) і метафізичний (God, nature, philosophy, time, place) блоки; жіноча стратегія, як правило, спрямована на матримоніальний комплекс когнітивних категорій (marriage, courting, beauty, clothes), а також на етичні поняття (sin, moral, defence, honour) [2:46].

Як бачимо, масмедіа стереотипно висвітлює жінок і чоловіків, включаючи подвійний стандарт оцінки суспільного внеску людини, залежно від її статі, різне оцінювання мотивації однакового вчинку чоловіка і жінки. Масмедії в цих випадках постають як інструмент соціального контролю, впроваджуючи зразки та норми гендерно бажаної поведінки.

Література:

1. Бессонова О. Л. Порівняльний опис гендерних концептів у структурі ціннісної картини світу в англійській та українській мовах / О. Л. Бессонова // Вісник Сумського державно-го університету. – № 4. – Суми : Вид-во СумДУ, 2002. – 35 с.
2. Горюшко О. І. Особенности мужского и женского речевого поведения (психолінгвістический анализ): автореф. дис.... канд. філол. наук / О. І. Горюшко. – М. : МГУ, 1996. – 21 с.
3. Кирилина А. Лингвистические гендерные исследования / А. Кирилина, М. Томская // Отечественные записки. – 2005. – № 2. – 89–101 с.
4. Thompson, J. The Media and Modernity. Theory of the Media / J. Thompson; Stanford University Press, 1995.

Огнівчук Ніна Василівна,
Національний університет “Острозька академія”

АНАЛІЗ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У ПОЛІТИЧНИХ СЛОГАНАХ ПРЕЗИДЕНТІВ США

У цій статті йдеться про різновиди стилістичних засобів у політичних слоганах президентів США.

Ключові слова: слоган, політична реклама, стилістика.

This article deals with types of stylistic devices in political slogans of American Presidents.

Keywords: slogan, political advertising, style.

Слоган, або рекламний девіз, що виражає саму суть комерційної пропозиції, на сьогодні є невід’ємною складовою політичного дискурсу. Слоган орієнтований насамперед на максимальне досягнення прагматичного ефекту [1:4]. Політичний слоган – автономний різновид рекламного тексту, маючи всі прагматичні і стилістичні особливості, складається з одного речення, яке перебуває у взаємозалежності з “брендом”, що сприяє максимальному стисненню і концентрації інформації. Критеріями креативного, успішного, ефективного слогана є: запам’ятовуваність; практичність (зв’язок з характеристиками рекламованого товару, його об’єктивними якостями і функціями); унікальність (виражена відмінними від інших характеристиками бренда чітка диференціація щодо конкурентів) [2:165].

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю дослідження текстів політичної реклами та слоганів зокрема з метою виокремлення вербальних засобів впливу, щоб запобігти маніпуляції свідомістю слухачів.

Політична реклама займає чільне місце серед досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема А. Д. Васильєва, О. Єгорової-Гантман, В. В. Зірки, В. В. Кеворкова, І. Морозової, В. Л. Музиканта, К. Плешакова, І. Я. Рожкова, С. М. Росщупкіна, М. І. Тимофєєва, Н. Б. Фільчикової, Б. М. Фірсова та інших.

Об’єктом дослідження є політичне мовлення як механізм вербального впливу на свідомість аудиторії.

Предметом дослідження є використання стилістичних засобів та прийомів у слоганах американських президентських кампаній як механізму вербального впливу.

Практична цінність дослідження зумовлюється можливістю його застосування у якості ілюстративного матеріалу під час вивчення взаємозв’язку мови та політики та впливу окремих лексико-стилістичних одиниць на думку аудиторії.

У своїх політичних слоганах кандидати у президенти США неодноразово вдаються до вживання різних стилістичних лексичних та синтаксичних засобів. Сюди належать такі стилістичні засоби, як метафора, метонімія, синекдоха, каламбур, іронія, епітет, гіпербола, літота, оксиморон, антономазія, евфемізм, повтори, риторичні запитання, інверсія, хіазм, номінативні речення, еліпсис, односкладні речення та інші.

У поданій таблиці ми спробували з’ясувати частоту вживання вище зазначених засобів у політичних слоганах президентських передвиборчих кампаній у США.

Табл. 1. Частота вживання стилістичних засобів і прийомів у політичних слоганах президентських передвиборчих кампаній у США.

№ п/п	Назва засобу	Кількість вжитих разів	Процентне співвідношення
1	метафора	4	15, 2%
2	метонімія	1	3, 8%
3	епітет	1	3, 8%
4	гіпербола	1	3, 8%
5	літота	1	3, 8%
6	повтори:		
	алітерація	10	38%
	асонанс	2	7, 6%
	римування	3	11, 4%
	анафора	3	11, 4%
	Всього	26	100%

У політичних слоганах передвиборчих президентських кампаній у США одним із найчастіше використовуваних прийомів є **алітерація**. Наприклад, слоган Джорджа Буша молодшого *Reformer with results* (George W. Bush, 2000) алітерує звук /r/. До того ж даний слоган будує асоціативний ряд: діяч (reformer) – дія (reform) – результат (results). Таким чином, слухач вірить кандидату, що його слова не є пустими намірами, а будуть реалізовані на користь нації. Отже, прийом алітерації спрощує сприйняття та запам'ятовування слогану, підвищує його ефективність та успішність.

Процедурним механізмом впливу є використання **метафоризації**, тобто перенесення якостей одних об'єктів дійсності на якості інших [3:117]. Вільям Клінтон скористався слоганом *Building a bridge to the 21st century* (Bill Clinton, 1996) у 1996 році, в основі якого лежить метафора із категорії СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – БУДІВНИЦТВО. Метафори цієї категорії створюють позитивне ставлення до політичного лідера завдяки асоціації його дій із створенням нового об'єкту – мосту.

На відміну від метафори, **метонімія** створюється іншим семантичним процесом і базується на суміжності об'єктів чи явищ. У політичних слоганах передвиборчих президентських кампаній у США можна побачити такий приклад використання метонімії: *America Needs a Change* (Walter Mondale, 1984). У даному прикладі іменник Америка заміняє слово “народ”, адже йдеться про націю, що потребує змін. Таким чином у звичайному вигляді слоган звучав би “американський народ потребує змін”, проте завдяки метонімії, слоган звучить коротше, доречніше і легше запам'ятовується. Таким чином, досягається основна вимога успішності політичного слогану: практичність та запам'ятовуваність.

Отже, для досягнення своєї мети, що полягає у переконанні великих мас населення зробити вибір у їх підтримку, найчастіше політики використовують стилістичні засоби та прийоми, звертаються до ключових понять американської культури та релігії. Таким чином політичний слоган, завдяки стилістичним засобам, стає реалізацією вербальної маніпуляції електоральною поведінкою.

Література:

1. Коваленко Н. Л. Лінгвістична позначеність слогана в структурі ре-

кламного тексту: автореф. дис... канд. філол. наук: 10. 02. 02 / Н. Л. Коваленко; Дніпропетр. нац. ун-т. – Дніпропетровськ: вид-во ДНУ, 2006. – 17 с.

2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Почепцов Г. Г. – К. : Ваклер, 2000. – 234 с.

3. Шовкун І. В. Про специфіку політичної реклами / Шовкун І. В. // Вісник Київського університету. Серія: Філософія. Політологія. – 2004. – Вип. 67. – С. 116–119.

4. Presidential Campaign Slogans [Електронний ресурс]. Режим доступу до журн. : <http://www.presidentsusa.net/campaignslogans.html>

*Огороднік Катерина Олександрівна,
Національний університет “Острозька академія”*

ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНИХ ІНТЕРАКЦІЙ У РІЗНОСТАТЕВИХ І ОДНОСТАТЕВИХ ВЗАЄМИНАХ

У цій статті йдеться про особливості комунікативної поведінки жінок та чоловіків.

Ключові слова: Жінка, чоловік, комунікативна поведінка, гендерна комунікація.

This article deals with the peculiarities of male and female communicative behavior.

Keywords: women, men, communicative behavior, gender communication.

Спілкуючись люди рідко задумуються над тим, що характер їхньої розмови, стиль та тональність, стратегія та рухи залежать від гендерних та комунікативних чинників.

Комунікативну поведінку як жінок, так і чоловіків зумовлюють такі фактори: сформовані культурно-історичні традиції, місце проживання, вік, соціальний статус, рівень освіти і т. д. Саме тому гендерна диференціація досить помітно відображається в ситуативній мовленнєвій поведінці індивідів.

Вербальна активність більше притаманна комунікативній поведінці жінок, ніж чоловіків. Вони люблять спілкуватися та відверто обговорювати самі інтимні подробиці та моменти, як свого життя, так і чужого, а ще більше – розповідати почуті новини. Але це питання досить спірне, оскільки чимало дослідників стверджують, що навпаки – чоловіки розмовляють більше.

Дослідження та спостереження показують, що в порівнянні з мовою чоловіків в мові жінок значно рідше зустрічається вульгарна лексика. Хоча така тенденція певною мірою змінилася за останні декілька років як у молодих дівчат, так і у жінок середнього та старшого віку. Намагаючись не відставати від чоловіків практично ні в

чому, жінки поряд з представниками сильної статі застосовують у своїх розмовах все те, що раніше було доступно лише чоловікам. Найчастіше це проявляється в змішаних компаніях, або при сварках один з одним, щоб показати хто “крутіший” і більш владний.

Великий вплив на мовну поведінку людей, а саме молоді, мають субкультури. Панки, емо, хіпі, рокери все більше проникають в повсякденну мову і чоловіків, і жінок. Тут не звертається увага на відмінність між жінками і чоловіками, а тому і жаргон їхній використовується незалежно від гендерних відмінностей.

Осягання та вироблення у молоді людини навичок гендерної культури дає можливість формувати неупереджене ставлення до здібностей та статусу людини незалежно від її статевої належності, орієнтувати навчально-виховний процес на принципи егалітарності, на найповнішу самореалізацію особистості в освоєні будь-яких сфер людської життєдіяльності з урахуванням специфічних архетипів. Гендерна рівність є показником культури нації.

Простежується відмінність між статями і у зорових контактах: як правило, жінки прямо дивляться у вічі співбесідника, тоді як чоловіки намагаються уникати відвертого погляду. На думку дослідників, українські жінки значно краще аналізують емоції, настрої людини за мімікою і виразом обличчя, ніж чоловіки. Вони здатні розрізнити не менше десяти емоційних станів співрозмовника: сором, страх, відразу тощо [4:158]. Чоловіки здебільшого виділяють лише один стан – антипатію.

Тон розмови відіграє також велике значення. Дуже часто саме тон може розповісти про настрої людини. “Від 60 до 90% правильних суджень про людину, її внутрішній стан ґрунтується на вмінні розшифровувати характеристики голосу і манери говорити” [3:67].

Зазвичай жінки поводяться одна з одною як конкурентки. У різностатевих взаєминах переважно вдаються до іронії чи гніву, розмовляють на підвищених тонах. Натомість чоловіки більш дружнелюбні у взаєминах один з одним.

Отже, поняття гендерної комунікації є досить актуальним, а особливо у поєднанні з невербальним спілкуванням. Здавалося, все уже вивчено та досліджено, але з кожним роком стилі та манери спілкування змінюються, що дає поштовх для все нових відкриттів та феноменів.

Література:

1. Конєва О. В. Психология общения / О. В. Конєва. – Ярославль, 1992.
2. Лабунская В. А. Невербальное поведение / В. А. Лабунская. – Ростов-на-Дону : издательство Ростовского университета, 1986. – 135 с.
3. Стахів Марія. Український комунікативний етикет: навч.-мет. посібник / М. Стахів / – К : “Знання”, 2008.
4. Хорст Рюкле. Ваше тайное оружие в общении: мимика, жест, движение. / Рюкле Хорст – М. : Интерэксперт : Инфра – 1996. – 227 с.

Ольговська Євгенія,

Національний університет “Острозька академія”

**“ВИЯВЛЕННЯ МІЖТЕКСТОВИХ ЗВ’ЯЗКІВ
У РОМАНАХ ДЖ. ОСТІН “ГОРДІСТЬ ТА ГОНОР”
ТА Х. ФІЛДІНГ “ЩОДЕННИХ БРІДЖИТ ДЖОНС”**

Стаття присвячена аналізу міжтекстових зв’язків у романах Дж. Остін “Гордість та Гонор” та Х. Філдінг “Щоденник Бріджит Джонс” на зіставленні образів незаміжньої дівчини, її матері та її нареченого.

Ключові слова: *інтертекстуальність, гендерні цінності.*

The article is devoted to the intertextual connections of the novels “Pride and Prejudice” by Jane Austen and “The Diary of Bridget Jones” by H. Fielding comparing the personalities of an unmarried woman, her mother and her fiancé.

Key words: *intertextuality, gender values.*

В еру постмодерну все більш популярним стає порівняння двох текстів – першоджерела та тексту, що посиляється на це джерело. В результаті виявлення діалогу між ними відкривається змістове, стилістичне та історичне підґрунтя, що дає нове бачення тексту. Ті компоненти, які до аналізу здавалися незначними і раптовими, отримують новий зміст в результаті виявлення значення першоджерела. Міжтекстові зв’язки вивчають за допомогою інтертекстуального методу аналізу тексту, який базується на естетико-філософській концепції “діалогізму в сучасному літературознавстві”, запровадженій М. М. Бахтіним. Ю. Крістева на основі праць Бахтіна розробила свою концепцію інтертекстуальності, в якій розвиток літератури представлено як постійний творчий “діалог” між текстами, який являє собою “великий інтертекст” культурної традиції. Тому основним критерієм аналізу елементів інтертекстуальності є заглиблення і розширення змісту тексту. Саме таку мету ми ставимо перед собою

при аналізі зв'язків між романами Дж. Остін “Гордість та Гонор” та Х. Філдінг “Щоденник Бріджит Джонс”.

Інтертекстуальні зв'язки різні по характеру та виявляються на різних рівнях тексту. У романах Дж. Остін та Х. Філдінг вони простежуються за ступенем зв'язності тексту та прототексту (глобальний зв'язок чи часткова відповідність) та на основі спільності персонажів.

Подібність “Щоденника Бріджит Джонс” до “Гордості та Гонору” очевидна, оскільки Х. Філдінг перейняла сюжет та тему роману Дж. Остін, і за мету має показати, що знайти чоловіка для жінки однаково важко як у вісімнадцятому, так і у двадцятому столітті. Не дивлячись на те, що між романами розрив майже у два століття, вони мають багато спільного. В першу чергу, це шлюбний сюжет з точки зору жінки та перешкоди, з якими вона стикається. По-друге, Філдінг і Остін використовують іронію, як стратегію розповіді з ціллю критики суспільства, у якому вони живуть, особливу увагу звертаючи на гендерні цінності. Ідеї обох романів розкриваються через образи головних героїнь – Елізабет та Бріджит, які під тиском суспільної думки мають знайти собі чоловіка, і різниця полягає лише в тому, що у Бріджит більша свобода вибору.

Також за мету ми беремо порівняння другорядних персонажів – Фіцуільяма Дарсі та Марка Дарсі, Місіс Беннет та Місіс Джонс. Головною метою матерів Елізабет та Бріджит є відати своїх дочок заміж. Це робить ідею шлюбу основною в обох романах, хоча розкриваються вони по-різному, оскільки “Щоденник Бріджит Джонс” більш сфокусований на проблемі стилю життя Бріджит. Також різняться причини укладання шлюбу, здебільшого через розрив у два століття.

Характери Фіцуільяма Дарсі та Марка Дарсі можна назвати майже ідентичними. Обидва з самого початку проявляють себе гордіями, хоча пізніше починають змінюватись та роблять спроби захистити головних героїнь з метою привернути їх увагу до себе. Особливої уваги потребує аналіз причин гордості обох Дарсі. Вони є заручниками суспільства та правил, які воно диктує, що не дає їм змоги відкритись.

Аналіз романів Дж. Остін “Гордість та Гонор” та Х. Філдінг “Щоденник Бріджит Джонс”, співставлення текстів та порівняння головних та другорядних героїв, виявлення елементів інтертексту-

альності дає змогу глибшого розуміння ідеї романів та ширшого осмислення мети, яку поставили перед собою автори, та засобів її досягнення. При виявленні цих елементів інтенсивніше простежуються зв'язки між текстами, і естетична єдність твору досягається глибше. Так, в результаті аналізу двох романів, можна зробити висновок, що матері обох героїнь є носіями суспільної думки. Вони вибагливі і впливові, і їх втручання у життя Елізабет і Бріджит мають як позитивний, так і негативний ефект. Не дивлячись на це, обидві героїні зберігають здатність робити власний вибір. Проаналізувавши образи Фіцуільяма Дарсі та Марка Дарсі методом компаративного аналізу, робимо висновок, що вони в свою чергу мають внутрішній конфлікт, окрім протистояння суспільству. Очевидним також стає використання авторами іронії як стратегії розповіді з метою критики суспільства і акцентують увагу на гендерних цінностях.

Література:

1. Austen, Jane. *Pride and Prejudice*. 1813. Penguin Books Ltd, 1994.
2. Fielding, Helen. *Bridget Jones Diary*. 1996. Picador, 1998.
3. “Plotting women: Gender and Narration in the Eighteenth– and Nineteenth– Century British Novel.” Charlottesville: University Press of Virginia, 1999.
4. Бахтин М. Н. Проблема поэтики Достоевского. – М. : Советская Россия, 1979. – 320 с.
5. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман //Диалог. – Карнавал. Хронотоп, 1993. – №4.

Омельченко Уляна Володимирівна,
Національний університет "Острозька академія"

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

Стаття присвячена лексико-стилістичним особливостям рекламних текстів.

Ключові слова: реклама, лексичні засоби, текст.

This article is devoted to lexico-semantic peculiarities of the language of advertisements.

Keywords: Advertising, lexical tools, text.

Сьогодні реклама є невід'ємною частиною нашого життя. Засоби масової інформації, вулиці, приміщення різноманітних закладів заповнені рекламою. Надзвичайно важливим компонентом реклами та засобом маніпулювання є текст. Актуальність дослідження вербального компонента рекламних повідомлень зумовлений тим, що значний вплив на ефективність, зрозумілість реклами має доцільне використання лексичних засобів мови.

Фундаментальні дослідження лексико-стилістичних особливостей рекламних текстів викладені у наукових працях таких науковців, як: С. Гонзалез, Х. Кафтанджиев, Н. Кохтев. Одним із ґрунтовних досліджень є праця професора Дж. Ліча *English in Advertising*.

Ефективність реклами залежить від вдалого сполучення всіх її складових частин: зображення, звук. Разом з тим дослідники відзначають першорядну важливість саме вербального компонента реклами – тексту [2:23].

Спільними для всіх рекламних текстів є такі вимоги: проста, легка для зрозуміння мова, позбавлена пишності й вульгарності; тональність, що нагадує довірливу розмову з розумним співрозмовником, інформативність і доказовість, оригінальність та неповторність. Також, мова реклами повинна легко запам'ятовуватись та бути яскравою. Щоб досягнути цього автори рекламних текстів використовують величезні багатства мови [1:11-13].

© Омельченко Уляна Володимирівна, 2012

Щодо лексичних особливостей, то для рекламних текстів характерне використання всіх пластів розмовних і книжних слів. Звичайно, такі семантичні групи слів як вульгаризми, діалектизми, жаргонізми, арготизми та грубі просторіччя використовуються дуже рідко в рекламних повідомленнях [5:51].

В англomовній рекламі косметики здебільшого трапляються прості та розмовні слова, які легко зрозуміти та запам'ятати. В рекламі косметики переважно використовується загальна, немаркована лексика та слова щоденного вжитку.

До специфічності лексичного матеріалу, що використовується в сучасній англomовній рекламі, відноситься, насамперед, його зростаюча термінологічність [3: 79].

Стислість реклами диктує економію мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів повідомлення.

Використання аббревіатур є засобом лінгвістичної економії у рекламі косметики і дозволяє в стислій формі представити найбільш повну інформацію про рекламований продукт або послугу.

Рекламисти часто використовують іншомовні слова і цитування інших текстів в рекламі. Рекламні тексти паразитуються на готових формах, обігрують фразеологізми і штампи, прислів'я та крилаті слова, мімікують під інші жанри (інформаційного повідомлення, казки, анекдоту або плітки) [4].

Отже, мова англomовних рекламних повідомлень повинна бути простою, легкою, зрозумілою, яскравою та експресивною. Для досягнення цього рекламисти використовують лексичні запаси мови. Як правило, в рекламних повідомленнях використовується загальна, немаркована лексика, також можуть використовуватись терміни та скорочення.

Література:

1. Андреева Н. П. Язык рекламы как одно из средств коммуникации / Н. П. Андреева. – Омск: ОмГТУ, 1999. – 106 с.
2. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике / И. Р. Гальперин. – М., 1958. – 453 с.
3. Канделаки Т. Л. Семантика и мотивированность терминов / Т. Л. Канделаки – М. : Наука, 1977. – 168 с.
4. Панкова И. М. Особенности семантики и структуры рекламного текста / И. М. Панкова. – М. : Смысл, 1996. – С. 5-7.
5. Guy Cook The Discourse of Advertising / Guy Cook. – New York, 2003. – 256 с.

Пампурак Анжела,

Національний університет "Острозька академія"

ЗАСТОСУВАННЯ УЧНІВСЬКИХ КОРПУСІВ ТЕКСТІВ ПРИ НАВЧАННІ ЛЕКСИКИ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

У цій статті йдеться про процеси застосування учнівських корпусів текстів при навчанні лексики іноземної мови.

Ключові слова: електронні корпуси, технології, корпусна лінгвістика.

This article is devoted to the processes of linguistic corpora implementation in learning foreign language.

Keywords: electronic enclosures, technology, corpus linguistics.

Протягом останніх десятиліть внаслідок взаємодії методики викладання іноземних мов з здобутками комп'ютерних та інформаційних технологій спостерігається швидкий розвиток, удосконалення традиційних та поява нових інноваційних засобів та методів навчання іноземних мов, зокрема корпусного методу.

Корпусний метод навчання базується на здобутках однієї з галузей прикладної лінгвістики – корпусної лінгвістики; науки предметом дослідження якої є процес створення, обробки та використання корпусів, а об'єктом – корпуси мовленнєвого матеріалу мови та технології їх створення.

Недостатній рівень дослідження корпусів текстів, штучне обмеження сфери їх застосування та відсутність базових навичок користування ними у переважній частині лінгвістів зумовлюють актуальність дослідження, що стало основою написання статті, оскільки його метою є аналіз поняття електронних корпусів текстів загалом та учнівських корпусів зокрема; висвітлення їх переваг та можливостей застосування у методиці викладання іноземних мов при навчанні лексики, граматики, тощо.

Корпус текстів – це не просто електронна бібліотека, зібрання текстів чи словників певної мови, це інформаційна система, яка міс-

тить в собі сформоване за певними вимогами зібрання спеціально відібраних та підготовлених усних чи письмових текстів (однієї мови, окремого діалекту або іншої підмножини мов) в електронному вигляді з додаванням спеціальної розмітки (анотування), що надає можливість їх подальшого детального вивчення та опрацювання.

З-поміж великої кількості різних видів електронних корпусів основою для розробки нових методів у методиці навчання іноземних мов найчастіше слугують учнівські корпуси текстів (learner corpus), адже метою їх створення вважається можливість проведення їх аналізу для виявлення різноманітних засобів та методів покращення викладання та полегшення засвоєння іноземної мови. Характерною особливістю учнівських корпусів текстів є те, що мовну інформацію для створення та поповнення їх бази надають люди, які вивчають мову як іноземну.

Порівняно з першими спробами аналізу учнівських помилок, що здійснювалися у 60-70-х роках XX століття вручну та базувалися на невеликих сукупностях текстів не електронного формату сучасні електронні учнівські корпуси текстів мають низку суттєвих переваг (значно більший обсяг, електронний формат та точні критерії збору матеріалу), що дозволяють здійснити не лише якісний, а й кількісний аналіз мовленнєвих даних учнів [1].

Наприклад, на основі учнівських корпусів, можна створювати списки активної лексики учнів/студентів, частотності вживання слів тощо, що слугують базою для створення навчальної лексикографії: академічних словників та посібників.

Забезпечуючи накопичення, надійне зберігання, можливість багаторазового опрацювання та аналізу зібраних матеріалів різних мов учнівські корпуси текстів також можуть використовуватися на усіх етапах навчання лексики іноземної мови для полегшення її засвоєння:

1. На етапі ознайомлення учнів з новими лексичними одиницями тексти учнівських корпусів застосовуються як один з найпродуктивніших засобів мовної семантизації, забезпечуючи перегляд контекстного застосування мовної одиниці та аналіз її природного оточення.

2. Для здійснення етапів автоматизації та удосконалення дій учнів/студентів з лексикою використовуються тренувальні вправи, розроблені на базі учнівських корпусів текстів.

Крім того, подібні корпуси можуть також застосовуватися для лінгвістичного аналізу з метою виявлення основних лексичних помилок мовців та труднощів, що виникають при вивченні іноземної мови. Це допомагає встановити частотність різних типів мовних помилок, види контекстів в яких вони найчастіше зустрічаються та розробити ефективні плани та методи покращення навчання іноземних мов.

Електронні учнівські корпуси текстів найбільш поширені в Азії та Європі. Одним з найвідоміших є міжнародний навчальний англо-мовний корпус есе студентів, що мають рівень володіння іноземною мовою "advanced", відомий під назвою *International Corpus of Learner English (ICLE)*. Метою його створення вважається накопичення та опрацювання есе, написаних носіями різних мов світу, для яких англійська мова є іноземною, а не рідною. Зазвичай корпус використовується для здійснення дискурсивного та статистичного аналізу лексичного запасу учнів, проведення порівняльних досліджень. Більшість лінгвістів схильні вважати *ICLE* прикладом ефективних напрацювань у галузі корпусної та прикладної лінгвістики.

Література:

1. Бук С. Учнівські корпуси в методиці викладання іноземної мови [Текст] / С. Бук // Теорія і практика викладання української мови як іноземної, 2007. – №2. – С. 19-23.
2. Демська-Кульчицька О. Корпусні підходи в методиці мови [Текст] / О. Демська-Кульчицька // Теорія і практика викладання української мови як іноземної, 2006. – №1. – С. 22-27.
3. Соснина Е. П. Корпусная лингвистика и корпусный подход в обучении иностранному языку // Ульян. гос. техн. ун-т. – Ульяновск [Електронний ресурс] // http://ling.ulstu.ru/linguistics/resources/literature/articles/corpus_linguistics_language_teaching/
4. Granger S. Computer learner corpus research: current status and future prospects // *Applied Corpus Linguistics: A Multidimensional Perspective* / Ed. by U. Connor and T. Upton. – Amsterdam, 2004. – P. 123-145.
5. The Louvain Centre for English Corpus Linguistics [Електронний ресурс] // <http://www.uclouvain.be/en-cecl.html/>

*Пастушок Євгенія Олександрівна,
Національний університет "Острозька академія"*

РЕАЛЬНІСТЬ ТА ДІЙСНІСТЬ ЖІНКИ В РОМАНІ ДЖ. ОСТЕН "ЕММА"

У цій статті йдеться про особливості творення автором двох площин роману: реальності та дійсності героїв.

Ключові слова: реальність, дійсність, жінка, концепт.

This article deals with peculiarities of the author's creation of two dimensions: reality and validity of heroes.

Keywords: reality, reality, woman, concept.

Поняття реальності та дійсності досить часто трактуються як синоніми, проте наявність двох слів передбачає також наявність особливо вузького концепту, який вони позначають. У даній роботі ми розглядаємо реальність у контексті тексту, тому під нею розуміємо власне суб'єктивне бачення автором проблем, стереотипних ситуацій, які диктував той історичний час, в якому жив і творив автор. Це його враження, переживання, емоційно забарвлені настрої, відчуття, ті чи інші стани свідомості, які знайшли своє відображення в образах певних персонажів роману. Під дійсністю ми розглядаємо власне об'єктивний світ (історичну епоху, настрої суспільства), тобто об'єктивний хронотоп, який сформував автор і в якому автор жив, і який в трансформованому вигляді, переосмислений письменником знайшов відображення в тексті роману.

Тема статті розкриває особливість творення і проектування автором двох площин роману: реальності та дійсності героїв. Актуальність теми дослідження є універсальною для культури, теорії літератури та філології, оскільки дозволяє глибиною проникнути у смислові концепти сюжетних діалогів у літературі, а отже більш повно розкрити сутність та особливості механізму творення автором тексту, як комунікативного повідомлення. Об'єктом аналізу вибрано роман відомої англійської письменниці Дж. Остен "Емма". Пред-

мет статті – розгляд особливостей творення автором та розрізнення читачем реальності та дійсності жіночих персонажів роману. Мета дослідження: розкрити сутність та специфіку створення власної реальності, як механізму захисту, та сприйняття дійсності жінкою на прикладі роману Дж. Остен “Емма”. Методи дослідження – аналіз та синтез, герменевтичні: (інтерпретації та розуміння); методи опису та класифікації; метод феміністичної критики, метод психоаналізу а також метод архетипної класифікації К. Юнга.

Основною методологічною базою даної статті є праці К.-Е. Пікколи “Та, що біжить з вовками”, К. Юнга “Алхімія снів”, В. Руднева: “Текст і реальність”.

Роман – це універсальний жанр, який здатний відтворити найширше коло життєвих явищ, порушувати кардинальні проблеми духовного, морально-етичного, екзистенційного, соціального, суспільного, метафізичного планів, створювати цілісні картини життя, сповнені складних перипетій і суперечностей, глибоко й всебічно досліджувати людські характери в їх становленні й розвитку, в найрізноманітніших зв’язках зі світом[1: 202].

Опрацювавши теорію конструювання реальності та дійсності, ми прийшли до висновку, що згідно нашої проблематики можна визначити категорію “реальність героя”, як емоційно-чуттєве сприйняття та переживання героєм хронотопу і соціуму роману, репрезентоване у символічно-знаковій формі. Реальність є часто забарвленою суб’єктивними факторами персонажів, і саме їх емоційний фон, переживання власне світобачення є вказівкою для читача у розрізненні дійсності та реальності.

Щодо “дійсності героя”, то визначимо її, як власне авторське бачення хронотопу роману та опис і оцінка дій персонажу зі сторони того історичного суспільства, в якому персонаж є актуалізованим. Отже, щодо “реальності” ми можемо умовно припустити, що це є “погляд із середини” (внутрішній світ героя), а дійсність – “погляд із сторони” (зовнішнє середовище героя) [2:156]

Головна героїня роману Дж. Остен “Емма” – Емма Вудхаус живе у світі власних фантазій, у її реальності вона мудра та досвідчена молода жінка, яка здатна тонко підмічати характери та норови людей. Саме тому вона вважає себе в праві розпоряджатися чужими життями, приймаючи рішення за своїх друзів і знайомих. Дійсність же полягає в тому, що Емма глибоко страждає від прихованої вини за

смерть матері, яка померла невдовзі після пологів і гіперкомпенсує це у надмірну опіку над іншими людьми.

Література:

1. Мелетинский Е. М. Средневековый роман: Происхождение и классические формы [текст] / Е. М. Мелетинский – М. : Наука, 1983. – 303 с.
2. Руднев В. Текст и реальность [текст] / В. Руднев. – М. : -, -1994. – 320 с.
3. Юнг К. Г. Алхимия снов [текст] / К. Г. Юнг. – СПб., Тимошка, 1997. – 352 с.

Пилипчук Мар'яна Ігорівна,
Національний університет “Острозька академія”

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙМАННЯ ТЕКСТУ В ПРОЦЕСІ МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У цій статті йдеться про виявлення особливостей сприйняття інформації в процесі міжмовної комунікації.

Ключові слова: комунікація, міжкультурний, текст, комунікант.

This article deals with the definition of peculiarities of information perception in the process of cross-lingual communication.

Keywords: communication, intercultural, text, communicants.

“Нашемовлення саме по собі, – писав Л. В. Щерба, – здається нам настільки природним явищем, настільки воно зрослося з речами, до яких має відношення, що ми просто не помічаємо, що ми не можемо його відірвати, відволікти від речей”. **Актуальність теми** зумовлена тим, що у сучасному світі, де все більш поширеними стають ідеї космополітизму і бар'єрів між спілкуванням націй майже не залишилося, одну з найважливіших ролей відіграє міжмовна комунікація, яка може стати однією з причин міжкультурних та міжнаціональних конфліктів. **Мета дослідження** – виявлення особливостей сприйняття інформації в процесі міжмовної комунікації. Завданнями статті є проаналізувати процес міжмовної комунікації та виявити відмінності у сприйнятті на основі мовної картини світу.

Сучасні психолінгвістичні дослідження текстів у вітчизняному мовознавстві базуються насамперед на ідеях лінгвістів 20-30-х років ХХ століття (Рубакін, 1975; Винокур, 1929; Чичерін, 1968; Булаховський, 1931 та ін.) і спрямовуються на вивчення питань текстової взаємодії (переважно у галузі глобальної та масової комунікації), насамперед як суб'єктно-об'єктної взаємодії. Сприйняття тексту набагато складніше, ніж сприйняття окремого висловлювання. При сприйнятті тексту він монтується а свідомості слухача чи читача з

відрізків, що послідовно змінюють один одного і є відносно завершеними у смисловому відношенні. Потім відбувається співставлення елементів тексту, після чого можлива перебудова їх першочергового співвідношення в процесі усвідомлення структури місту тексту як цілого[1:68]. Паралельно відбувається усвідомлення деякого загального смислу (концепту) тексту під час комунікації, який в значній мірі формується в процесі сприйняття його можливого підтексту.

Текст структурує діяльність, регулює та планує відносини між співрозмовниками. І саме в спілкуванні текст отримує своє значення і та можливість бути зрозумілим та інтерпретованим адекватно то задуму. До числа психолінгвістичних характеристик тексту також відносять цілісність, зв'язність, емотивність, прецедентність[3:83]. Психолінгвістика аналізує переважно ті аспекти тексту, які пов'язуються з “психологією” дії:

- проблему соціально-психологічного та психолінгвістичного опису параметрів учасників спілкування;

- проблему усвідомлення власного і чужого “я” як рефлексивних інтенціонально-інтенсіональних станів[5:18];

Аналізуючи різні аспекти цього процесу, дослідники виділяють на їх основі так звані фактори розуміння тексту:

- а) фактор інтелектуального розвитку;

- б) здатність до логічного мислення;

- в) соціокультурний фактор, який дозволяє конкретизувати в суб'єктивному характері тексту його світоглядний аспект.

Приналежність автора і реципієнта до різних культур першочергово має на увазі обумовлену лакунарність змістового сприйняття іншопольтурного тексту, нерозуміння реципієнтом специфічних феноменів “чужої” культури. Процес сприйняття іде як розшифрування “чужих” кодів і перетворення їх в свої, “природні”. Ключові слова є точками “контакту” тексту з концептуальною системою реципієнта, його тезаурусом. Наприклад, в американській культурі існує поняття “плавильного котла” (melting pot), під яким розуміється процес інтеграції різних культур[4:15].

Згідно з М. Мерлоу – Понті сприйняття у міжмовній комунікації це галузь, яка вивчає, що відбувається, коли слухачі сприймають мову, яка у деяких аспектах відрізняється від їхньої та сприймальні наслідки невідповідностей між їх рідною мовою та іноземною. Мов-

леннєві “ілюзії” є досить поширеними, коли на слух сприймаються іноземні мови.

Обов’язковою умовою спілкування є не тільки володіння мовою, але і наявність певних накопичених знань соціальної історії, яка знаходить своє відображення в знаннях про навколишній світ. Необхідність врахування в процесі комунікації фонових знань є сьогодні загальноновизнаною. Особливу роль фонові знання відіграють при сприйманні та розумінні іншомовного та іншокультурного тексту.

Гальмуючим фактором сприйняття у процесі міжмовної комунікації є якісні та кількісні відмінності лексичних еквівалентів. Складною виявляється ситуація, коли одне і те ж поняття по-різному – надлишково чи з недостатньо – словесно виражається в різних мовах. Наприклад, українському сполученню *десять пальців* еквівалентне англійському *eight fingers and two thumbs* (вісім пальців і два великі пальці), а двадцять пальців – це *eight fingers, two thumbs, and ten toes* (вісім пальців, два великі пальці (на руках) та десять пальців (на ногах)) [6:40]. До числа національно – специфічних (лакунізованих) особливостей мови у вітчизняній психолінгвістиці відносять наступні: спосіб заповнення пауз, спосіб розкладання слова за необхідності його точного перекладу співрозмовнику, етикетні характеристики актів спілкування, рольові особливості спілкування та навіть номенклатуру текстових стереотипів.

У процесі міжмовної комунікації важлива роль відводиться використанню вигуків. За для їх сприйняття необхідними є ґрунтовні знання слухача у виражальних засобах іншої мови, адже оскільки мовні картини світу та мовне середовище співрозмовників відрізняються, то експресивно – виражальні засоби у них кардинально різні і сприйняти їх може бути досить важко, а той не можливо. Вигуківі сполучення і вигуки, що мають предикативну структуру з експресивним переосмисленням значенням компонентів, які постійно або варіантно-постійно залежні можуть викликати непорозуміння та труднощі у сприйнятті в процесі спілкування [2:49].

В сучасній англійській мові існує також безліч фразеологізмів, основна функція яких – посилювати естетичний аспект мови. Багато фразеологічних одиниць з’явилися в зв’язку з і звичаями, реаліями, історичними фактами, але більша частина англійського фразеологічного фонду як би то не було виникла завдяки художньо – літературним творам, що зумовлює складність їх сприйняття для іншокультурного комуніканта.

Література:

1. Белянин В. П. Психолінгвістика.-М. : Флінта, 2004. – С. 65-82.
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М. : Русские словари, 1996. – С. 48-49.
3. Глухов В. П. Основы психолінгвістики. – М.:Высшая школа, 2005. – С. 82-85.
4. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика и лингвокультуроология: Курс лекций. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2002.
5. Сорокин Ю. А. Психолінгвістические аспекты изучения текста. – М. : Высшая школа, 1985. – С. 5-34.
6. Семантические законы и образ мира[Електронний ресурс]. / Меркулова О. А. // Вестник ВГУ, Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 3. – Режим доступа: http://www.vestnik.vsu.ru/program/view/view.asp?sec=lingvo&year=2008&num=03&f_name=2008_03_08

Попчук Марія Анатоліївна,
Національний університет “Острозька академія”

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ

Стаття присвячена аналізу психічних та лінгвістичних особливостей іншомовного діалогічного мовлення учнів середньої школи.

Ключові слова: діалог, діалогічне мовлення, психолінгвістичні особливості.

The article is devoted to the analysis of psychological and linguistic characteristics of the foreign dialogue speech of the students of secondary school.

Key words: dialogue, dialogue speech, psycholinguistics characteristics.

Проблема розвитку діалогічного мовлення знаходить своє практичне втілення у низці дисертаційних досліджень останніх років (О. Аматаєва, В. Захарченко, Н. Луцан, Е. Палихата, Н. Савінова, В. Скалкін, Г. Чулкова, С. Хаджирадєва та ін.). Вивчення стану означеної проблеми засвідчило однобічний підхід до формування діалогічної компетенції, що обмежується ситуацією організованого навчання і недостатнім використанням набутих умінь в інших видах діяльності (ігровій, трудовій, комунікативній тощо).

Загальна стратегія навчання іноземних мов визначається потребами сучасного суспільства та рівнем розвитку лінгвістичних, психологічних – педагогічних та суміжних наук. Цією стратегією є комунікативний підхід, який зумовлює практичну межу навчання і вивчення іноземних мов, а саме: оволодіння іншомовним, між культурним спілкуванням, шляхом формування і розвитку вмінь навичок діалогічного спілкування [7, ст. 23].

Для навчання діалогічного спілкування, слід зазначити особливості комунікативного підходу до навчання іншомовного спілкування. Серед них зазначимо наступні:

© Попчук Марія Анатоліївна, 2012

Мова розглядається як засіб спілкування. Перевага віддається оволодінню поняттями та функціями.

Мова вивчається через особисту діяльність учнів. Вони є головними автономними суб'єктами навчання, які володіють когнітивними й метакогнітивними стратегіями та прийомами оволодіння мовою й іншомовним спілкуванням та відповідають за свої успіхи і невдачі [4, ст. 56].

Урок іноземної мови розглядається як діяльність спілкування. Це означає відмову від домінування на уроках формальних мовних вправ на користь діяльнісно- й інтелектуально-орієнтованих завдань, які дають змогу вивчати іноземну мову як основний засіб міжкультурного спілкування в процесі цього спілкування [6, ст. 12].

Питання комунікативного підходу до навчання іншомовного спілкування, зокрема навчання діалогічного мовлення, є дуже актуальним для освіти в сучасній школі. Адже, як відомо, у школі на уроках іноземної мови далеко не всіх умов додержуються як вчителі так і учні. Дуже часто зустрічається такий вид роботи, як “вчитель – учні”, а не “учні – учні”; матеріал використовується штучний і не веде до створення життєвих умов та ситуацій спілкування. Важливим недоліком у вивченні іноземної мови та іншомовного спілкування є використання не іноземної мови, а рідної, що не веде до ефективного сприйняття та подальшого використання іншомовного матеріалу. Отже, основним, на що потрібно звертати увагу, при навчанні іноземної мови є розвиток навичок діалогічного мовлення.

Діалогічне мовлення характеризується певними комунікативними психологічними й лінгвістичними особливостями. Діалогічне мовлення – це процес взаємодії двох або більше учасників спілкування. Тому в межах мовленнєвого акту кожен з учасників по черзі виступає як слухач і як мовець.

Можна виокремити особливості діалогічного мовлення з психолінгвістичної точки зору: вмотивованість, зверненість, ситуативність, емоційна забарвленість, спонтанність, наявність “готових” мовленнєвих одиниць, слова -”заповнювачі мовчання”, наприклад: well, well now, you know, Let me see, Look here, I say.. [1, 76-79], [2, 218-219], [5, ст. 27].

Підсумовуючи вищезазначене, ми дійшли висновку, що діалогічне мовлення є складним утворенням і спрямоване на вирішення конкретних комунікативних задач та має певні особливості.

Література:

1. Артемов В. А. Психология обучения иностранным языкам. – М., Высшая школа, 2002. – С. 256.
2. Бухбиндер В. А. Устная речь как процесс и как предмет обучения // Очерки методики обучения устной речи на иностранных языках /Под ред. В. А. Бухбиндера. – Киев: КГУ, 2001. – С. 568.
3. Ніколаєва С. Ю., Шерстюк О. М. Сучасні підходи до викладання іноземних мов. // Іноземні мови – 2002. – № 1. – С. 39-46.
4. Пассов Е. И. Коммуникативная методика. – Изд-во НОУ “Интерлингва”, 2003. – С. 56.
5. Скалкин В. Л. Основы обучения устной иностранной речи. – М., 2003. – С. 27.
6. Тулакова М. В. Диалоговая технология обучения как средство формирования профессионального интереса студентов к педагогической деятельности: Автореф. дисс... канд. пед. наук– Ставрополь, 2000. – 16 с.
7. Villiers S. Sharing Our Understandings of the “Communicative Method” //Іноземні мови в школі. – 2000. – № 3. – С. 21-24.

Поток Людмила Михайлівна,
Національний університет “Острозька академія”

ТАКТИКА КОМПЛІМЕНТУ ТА ПОХВАЛИ В КОНСТРУЮВАННІ “ПОЗИТИВНОГО ОБРАЗУ” ЖІНКИ-СПІВРОЗМОВНИЦІ, НА ПРИКЛАДІ ТОК-ШОУ

У статті розглядаються особливості застосування тактик компліменту та похвали в конструюванні “позитивного образу” жінки-співрозмовниці.

Ключові слова: тактика, комплімент, похвала, усне мовлення, позитивний образ, ток-шоу, аргументація.

This article discusses the features of tactics compliment and praise the construction of a “positive image” female companion.

Key words: tactics, compliment, praise, speaking, positive image, talk shows, reasoning.

Ток-шоу на телебаченні займають найбільші рейтинги серед глядачів, саме це є складовою творення загальнонародного мовлення. “Позитивний образ” жінки-співрозмовниці створюється за допомогою комунікації, а саме усного мовлення. Тому такі дослідження є актуальними та заслуговують на увагу, ці питання досліджували: Н. Д. Арутюнова, М. Б. Бергельсон, В. В. Богданов, В. З. Дем’янков, В. И. Карасик, М. Л. Макаров, Г. В. Грачева, Г. С. Мельник, М. Ю. Коченгіна.

Усне мовлення – основний функціональний різновид кодифікованої літературної мови. У ній проявляється все неофіційне життя людей, усі нюанси людської поведінки, відносин з іншими людьми, переживань і настроїв. Дуже важливим є аналіз текстів телебачення, які певною мірою концентрують у собі всі особливості сучасної, повсякденної, загальнонародної мови. [1] Але саме тактика являє собою систему дій, спрямованих на ефективність реалізації стратегії. Змістом тактики є аргументація і активізація мислення та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії. Тактику можна визначити як зовніш-

ньомовну побудову промови, як сукупність принципів, способів та прийомів розгортання тези. Тактика компліменту належить до розділу науки етика, яка досліджує комунікацію між людьми у різних її проявах. [2] Комплімент – як складова етики похвала, викликана прагнення висловити люб’язність або полестити кому-небудь. У залежності від адресата і цілі виголошення промови, Арістотель виділяє три роди риторичних промов: дорадчі, судові і епідейктичні. Метою епідейктичної промови він називає похвалу чи хулу, а об’єктом проголошення хвали – прекрасне і добродіє. [3] Ці питання досліджували: Мицисва Есила Хаважівна, Дюбуа Ж., Еделін Ф., Клінкенберг Ж.-М., Єрмоленко С. Я. Кошанський Н. Ф., Кравець Л. В.

Таким чином, можна зробити висновок, що саме епідейктична промова є складовою тактики компліменту та похвали в конструюванні “позитивного образу” жінки-співрозмовниці, на прикладі ток-шоу. Саме дана промова повинна переконати когось в красі того чи іншого предмета або людини. Крім того, важливо довести, що даний предмет цілком гідний похвали, що вимагає використання аргументації, яка засновується на логічному обґрунтуванні суб’єктом тези шляхом доказу, переконання. Аргументація – явище комунікативне, яке містить два аспекти: гносеологічний (пізнання предмета, поглиблене його розуміння, пошук істини, поширення істинних думок та їх обстоювання) і етичний (оратор та аудиторія визнають себе рівноправними сторонами пізнання істини). [4]

Образ призначений для уявлення, людина з його допомогою заявляє про себе, робить видимим те, що хоче показати, і невидимим те, що їй невидібно. Позитивний образ – дійова особа художнього твору чи герой ток-шоу, в поглядах, вчинках і переживаннях якої виявляються риси передової людини свого часу і яка викликає у читача прагнення стати схожим на неї, наслідувати її в житті. Серед позитивних героїв головне місце займають образи трудящих, активних борців проти гніту і насильства.

Отже тактика компліменту та похвали дозволяє знайти ефективні засоби впливу на аудиторію, завдяки чому здійснюється реалізація установки (завдання і надзавдання), розгортання тези і конструювання “позитивного образу” жінки-співрозмовниці у ток-шоу.

Література:

1. Кожин А. Н., Крилова О. А., Одинцов В. В. Функціональні типи розмовної мови. М., 1982.
2. Рисинзон С. А. Мовні тактики з вторинними етикетними функціями // 2009. Т. 9 вип. 3 С. 48-53.
3. Кравець Л. В. Риторика як класична основа системи освіти європейських народів // Рідні джерела. – 2000. – № 4. Кравець Л. В. Риторика від джерел до сучасності // Укр. мова і л-ра. – 2000. – №5.
4. Костик, Любов. Професійна комунікативна підготовка студентів: психолого-педагогічні умови формування навичок культури мовлення / Л. Костик // Науковий вісник БДФА. Серія: Гуманітарні науки : зб. наук. праць / гол. ред. В. В. Прядко; Міністерство фінансів України, БДФА. – Чернівці : БДФА, 2009. – Вип. 1. – С. 125-130.

Пошук Катерина Сергіївна,
Національний університет "Острозька академія"

ГЕНДЕРНІ МАРКЕРИ, ПРИТАМАННІ ЧОЛОВІЧОМУ ТА ЖІНОЧОМУ ПИСЕМНОМУ МОВЛЕННЮ

У статті здійснено лексико-стилістичний аналіз мовних особливостей чоловіків та жінок-авторів, виокремлено деякі особливості мовної поведінки статей на основі статей американського часопису "US News & World Report".

Ключові слова: мовна поведінка, гендерний маркер, міжгендерний маркер, чоловіча і жіноча мовна поведінка.

The article deals with the lexico-stylistic analysis of the linguistic features of male and female writers; presents some features of the linguistic behavior basing on the articles of the American periodical "US News & World Report".

Keywords: language behavior, gender marker mizhhendernyy marker, male and female linguistic behavior.

Сучасному суспільству властиве стереотипне мислення й сприйняття гендерних відмінностей. При першому ж враженні, велика кількість людей приписує співрозмовникові не ті якості, які він має насправді, а ті, котрі в їх уявленні повинен мати представник даної статі. Такі гендерні відмінності не оминули і наше мовлення.

Актуальність наукового дослідження полягає у потребі додаткового глибинного вивчення таких гендерних розбіжностей у особистісному мовленні, оскільки дозволить простежити, як мовна характеристика людей різної статі відображає комунікативні стереотипи, що вже існують.

Об'єктом дослідження є статті американського часопису "US News&WorldReport", що відтворюють ситуації формального міжгендерного спілкування.

Предметом аналізу є лексичні й стилістичні мовні особливості авторів-чоловіків і авторів-жінок, типові для гендерної комунікативної поведінки.

Метою дослідження є аналіз лексико-стилістичних мовних особливостей чоловіків та жінок-авторів і вивчення мовної поведінки статей.

Гендерний аналіз був започаткований у 70-х роках ХХ століття у британській та американській лінгвістиці (Д. Камерон, Р. Лакофф). Протягом останнього десятиріччя гендерна проблема активно досліджується й у вітчизняному мовознавстві (О. Л. Бессонова, О. Л. Козачишина, А. П. Мартинюк, К. В. Піщикова, О. М. Холод та ін.).

Поняття гендер не є лінгвістичною категорією. Проте мова та мовлення можуть бути проаналізовані з точки зору відображення у них гендерних відносин. Саме через те, що гендер є компонентом як колективної, так і індивідуальної свідомості, його необхідно вивчати як когнітивний феномен, що проявляється як в стереотипах, що фіксуються мовою, так і в мовній поведінці індивідів.

Чоловічий і жіночий стилі спілкування в основному формуються під впливом історично сформованих статево-рольових стереотипів, хоча не заперечується й роль психофізіологічних особливостей. Виходячи з цього, можемо виділити головні особливості чоловічого писемного мовлення:

1. Використання армійського, часом навіть тюремного жаргону.
2. Велика частота вживання ввідних слів, які мають значення констатації факту: *очевидно (obviously; evidently), звичайно (ofcourse, certainly, tobesure, surely), безсумнівно (beyonddoubt, decidedly, evidently).*
3. Використання великої кількості абстрактних іменників.
4. При необхідності передачі емоціонального стану, оцінки предмета чи явища – використання слів з найменшою емоціональною індексацією; одноманітність лексичних засобів при передачі емоційного стану.
5. Поєднання офіційно і емоційно маркованої лексики при зверненні до рідних та близьких людей.
6. Використання газетно-публіцистичних кліше.
7. Використання нецензурних слів як ввідних і одноманітність в їх використанні, а також переважання конструкцій на позначення дій та процесів, дієслів активного стану.
8. Невідповідність знаків пунктуації емоціональному "жару" мови.

Якщо говорити про структурний рівень, то слід зауважити наступне:

1. Чоловіки намагаються зберегти структурованість композиції розмови, віддаючи перевагу коротким реченням.
2. Велика частота граматичних помилок.
3. При аналізі синтаксичної структури текстів було виявлено, що чоловіки частіше використовують підрядний, а не сурядний зв'язок.
4. Чоловіки частіше вживають складні синтаксичні конструкції, як то складнопідрядні речення.
5. Рідше зустрічаються окличні і питальні речення.
6. Рідше використовуються неповні речення й еліптичні конструкції.
7. Зворотний порядок слів менш властивий чоловічій письмовій мові.

Жіночу мовну поведінку характеризують також як ввічливу й гіперкоректну, як більш “гуманну”. На думку дослідників [2;4] це проявляється в тому, що жінки частіше використовують емпізу (– підсилення емоційної виразності мови зміною інтонації та застосуванням різних риторичних фігур), частіше чоловіків ухиляються від прямої відповіді на запитання, жінки схильні до вживання престижних, стилістичних підвищених форм, книжкової лексики, ввічливих форм, аніж чоловіки. Мова чоловіків “компактніша”.

У словнику жінки переважають емоційні слова, гіпертрофовані оцінки, надзвичайно активні зменшувально-пестливі та збільшувальні імена. Чоловіки, навпаки, з одного боку тяжіють до абстрактних висловів, а з іншого – полюбують вразити несподіваною асоціацією, нестандартним мовним зворотом тощо. Не буде перебільшенням сказати, що в цілому жінки переважають чоловіків у розмовній мові в аспекті конкретики її вокабуляру. Емоція пронизує мовний самовияв жінки і поширюється на весь її словник через інтонацію та експресивний синтаксис.

На морфологічному рівні також відзначаємо ряд особливостей. Так, дієслів у мові чоловіків набагато більше, але чоловіки виявили чітку преференцію до використання дієслів недоконаного виду в активному стані. Статистично значимими для чоловічої писемної мови стали співвідношення вживань “іменників до дієслів” (на користь іменників) і “прислівників до прикметників” (прикметники зустрічаються частіше прислівників).

Наведені факти говорять про те, що між чоловічою і жіночою мовою, як письмовою, так і усною, існують певні розбіжності, а отже є ціла система факторів, що впливають на ці відмінності чи зумовлюють їх. Тож, метою подальших гендерних досліджень має бути вивчення мовної поведінки статей, виділення і опис особливостей чоловічого та жіночого мовного малюнка.

Література:

1. Гендер: лінгвістичні аспекти [Електронний ресурс] / Кириліна А. В. – Режим доступу: <http://www.feminist.org.ua/library/gender/lingvistic.php>
2. Кронгауз М. Sexus, или Проблема пола в русском языке / Кронгауз М. Русистика. Славистика. Индоевропеистика. – М., 1996. – С. 510-525.
3. Основы гендерных исследований. Хрестоматия / [відпов. ред. О. Воронина]. – М. : МЦГИ-МВШСЭН, 2000. – 395 с.
4. Языки гендер в призмееанглоязычных исследований [Електронний ресурс] / Двинянинова Г. С. – режим доступу: <http://www.language.psu.ru/bin/view.cgi?art=0097&th=yes&lang=rus>
5. Coates J. Language and Gender: A Reader. / Coates J. – Oxford: Blackwell Publishers, 1999. – 513 p.
6. Jespersen O. The Woman in Cameron. The Feminist Critique of Language. Second edition. / Jespersen O. – London: Routledge, 1990. – pp. 225–241.
7. Lakoff R. Language and Woman's Place. / Lakoff R. – Oxford University Press, 2004. – 320 p.

Радченко Ганна Володимирівна,

Чернігівський національний педагогічний університет імені Т. Г. Шевченка

ЗМІСТ НАВЧАННЯ УЧНІВ СТАРШИХ КЛАСІВ З ПОГЛИБЛЕНИМ ВИВЧЕННЯМ ІНОЗЕМНИХ МОВ ВИКОРИСТАННЯ ЖЕСТИВ АНГЛОМОВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК КОМПОНЕНТА ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ

Стаття уточнює зміст навчання учнів старших класів з поглибленим вивченням іноземних мов, використання жестів англomовної культури як компонента діалогічного мовлення.

Ключові слова: вербальний і невербальний компонент мовлення, діалогічне мовлення, зміст навчання.

The article specifies the learning content for the senior pupils of schools with the extended study of English, the usage of American culture gestures in terms of dialogue speech.

Keywords: verbal and nonverbal components of speech, dialogic speech, learning content.

На сьогодні кількість учнів, які мають можливість подорожувати та спілкуватись з представниками англomовної культури, збільшується, тому постає необхідність навчання англійської мови для ефективного спілкування. Підвищення ефективності спілкування потребує навчання не лише вербального, а й невербального компонента мовлення, зокрема жестів, котрі, згідно низки наукових досліджень, є провідним невербальним засобом і має чисельні відмінності у значенні та формі в різних культурах.

З методичної точки зору постає проблема навчання учнів старших класів з поглибленим вивченням іноземних мов використання жестів англomовної культури як компонента діалогічного мовлення (ДМ), що знайшло своє відображення у вимогах чинної програми: в межах компетенції у ДМ учні старших класів, які вивчають англійську мову на профільному рівні, мають “використовувати міміку та

жести” [1:3]. Вирішення порушеної проблеми потребує насамперед уточнення змісту відповідного навчання.

Отже, в межах цієї статті ставимо собі за **мету** уточнити зміст навчання учнів старших класів з поглибленим вивченням іноземних мов використання жестів англomовної культури як компонента ДМ.

Під змістом навчання ми розуміємо науково обґрунтований методичний і дидактичний навчальний матеріал, його структуру й обсяг, засвоєння якого забезпечує здобуття освіти і кваліфікації згідно з освітньо-кваліфікаційним рівнем [3:155]. У нашому дослідженні відбір змісту й обсягу навчального матеріалу здійснюється в опорі на запропоновану нами методичну типологію жестів англomовної культури, в межах якої розрізняємо 1) жести, призначені для навчання їх використання, 2) жести, призначені для навчання сприйняття та розуміння їх значення, 3) жести табу, призначені для сприйняття та розуміння їх значення і контролю їх свідомого невикористання [2]. Також відбір змісту навчання ґрунтується на критеріях *урахування вікових і психологічних особливостей учнів та відповідності темам, визначеним програмою.*

Вивчення літератури з проблеми вікових і психологічних особливостей учнів-підлітків привело нас до висновку про доцільність виключення зі змісту навчання жестів табу та жестів, що мають неоднозначне значення. У свою чергу, критерій відповідності темам, визначеним чинною програмою, обумовив відбір жестів, призначених для навчання їх використання, з урахуванням сфер і тем спілкування, передбачених програмою для 10-го та 11-го класів з поглибленим вивченням іноземних мов (профільний рівень) [1]. Відтак, до змісту навчання ми включили жести “прощання”, “побажання удачі”, “лапки”, “заборони”, “бажання та готовність відповідати” та “лічба”.

Перспективу подальших наукових розробок в обраній галузі вбачаємо у створенні системи і комплексів вправ для навчання використання відібраних жестів англomовної культури.

Література:

1. Навчальна програма іноземна мова [Електронний ресурс] : Навчальні програми для 10-11 класів загальноосвітніх навчальних закладів, англійська мова, профільний рівень. – К. : Поліграф книга, 2010. – 3 с. – Режим доступу : www.mon.gov.ua/index.php/ua/diyalnist/osvita/doshkilna-ta-zagalna-serednya.

2. Радченко Г. В. Методична типологія жестів англомовної культури / Г. В. Радченко // Формування полікультурної мовної особистості в контексті нової парадигми освіти // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців і студентів (12 квітня 2011 р.). – Чернігів : ЧНПУ імені Т. Г. Шевченка, 2011. – С. 91-92.

3. Український педагогічний словник [уклад. С. Гончаренко]. – К. : Либідь, 1997. – 376 с.

*Рогова Дарина Богданівна,
Національний університет “Острозька академія”*

ЗАГАЛЬНОВЖИВАНА ЛЕКСИКА ЯК ДЖЕРЕЛО ПОПОВНЕННЯ СКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ВІЙСЬКОВИХ СЛЕНГІЗМІВ

Стаття виділяє тематичні групи загальноовживаної лексики, що стає джерелом поповнення складу англомовних військових сленгізмів.

Ключові слова: *військовий сленг, субстандартна лексика, військові сленгізми.*

The article provides thematic groups of commonly used vocabulary that serves as source of the replenishment of English military slang.

Keywords: *military slang, substandard vocabulary, military slenhzizmy.*

Під військовим сленгом слід розуміти ненормативну, стилістично знижену і функціонально обмежену мову військовослужбовців, що виконує комунікативну та емоційно-експресивну мовленнєві функції, до складу якої входять військові сленгові лексичні і фразеологічні одиниці. Термін “військовий сленг” вважається найбільш широким поняттям у порівнянні з іншими категоріями субстандартної лексики, а також таким, що відповідає англомовній лексикографічній традиції, тому терміни “військовий сленг”, “військові сленгізми” та “військова субстандартна лексика” як синонімічні поняття.

Загальноовживана лексика є важливим джерелом поповнення складу військових сленгізмів, у семантиці яких значну роль відіграє конотативний компонент. Семантичний аналіз досліджуваної військової субстандартної лексики свідчить про те, що вона утворюється, головним чином, шляхом перенесення значення загальноовживаних лексем, що належать до таких тематичних груп як:

1) людина (chatterbox [4:4342] – “кулемет”, driver [4:4391] – “льотчик”, (схожість за призначенням, функціями, положенням);

2) фауна (fish [4:4318] – “торпеда”, camel [4:4318] – “літак”, (схожість за зовнішнім виглядом чи формою);

3) предмети побуту (ash can [4:4342] – “снаряд, бомба”, typewriter [4:4342] – “кулемет, автоматична зброя” (схожість за способом дії);

4) продукти харчування, їжа (egg [4:4342] – “бомба, міна”, sausage – “військовий аеростат спостереження” (схожість за формою).

Специфіка субстандартної лексики полягає в тому, що в процесі номінації значну роль відіграє психологічний чинник, який дозволяє мовцю знайти адекватне вербальне відбиття емоцій, і робить його мовлення експресивним та виразним. Як правило, нова лексема або фразеологізм стають синонімами вже існуючих слів або фраз, що приводить до варіативності. Отже, характерною рисою субстандартної лексики, в тому числі військових сленгізмів, є “рухома синонімія”, що створює численні ряди синонімів навколо “центрів синонімічної атракції” [2: 80].

У процесі творення військових сленгізмів використовується також метонімічний перенос, який здійснюється внаслідок суміжності зовнішніх або внутрішніх ознак двох об’єктів, наприклад, brass hat – “старший офіцер, генерал, на кашкеті якого є позолота”, the brass – “генералітет”, flags сигнальник, graybacks – “німецькі солдати (за кольором їх уніформи)” [1:45].

Л. Ф. Омельченко, М. М. Полужин зауважують: “Виникнення посесійних структурно-складних лексем зумовлено метонімічним або метафоричним переосмисленням, характерним для розмовного мовлення та експресивної просторічної номінації і невимушеного спілкування, що досягає високого конотативного ефекту і продуктивності в узуально-мовленнєвому стилі, а також у сфері сленгізмів та okazіоналізмів” [3: 51]. Бахуврихам властиве емоційно-негативне ставлення до референта, груба експресивність та жартівлива образність.

Таким чином, загальноновживані слова внаслідок перенесення значення переходять до сфери військової субстандартної лексики, перетворюючись на військові сленгізми.

Література:

1. Беляева Т. М., Хомяков В. Н. Нестандартная лексика английского языка. – Л. : Ленинград. гос. ун-т. – 4385. – 135 с.
2. Клименко О. Л. Поповнення словникового складу сучасної англійської мови з нелітературних підсистем: Автореф. дис ... канд. філол. наук: 10. 02. 04 / Харків. нац. ун-т. – 2000. – 43 с.
3. Полужин М. М., Омельченко Л. Ф. Бахуврихи у сучасній англійській мові. – Ужгород: Ужгород. нац. ун-т. – 2004. – 60 с.
4. Londman dictionary of contemporary English / [director Della Summers]. New ed. p. cm. – Edinburgh: Pearson Education Limited, 2006. – 4349 p.

Рона Віра Павлівна, Руденко Світлана Миколаївна,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

УКРАЇНА – АМЕРИКА: ДІАЛОГ КУЛЬТУР У НОМІНАЦІЯХ ХАРЧУВАННЯ

У статті розглядається спосіб фіксації діалогу української та американської харчової культур на мовному рівні, виділено три категорії харчових номінацій.

Ключові слова: лінгвокультурна спільнота, харчова номінація.

The article deals with the way of fixation of the dialogue of Ukrainian and American nutritive cultures on the lexical level and provides three categories of nutritive nominations.

Keywords: *linhvokultura community, nutritive nominations.*

Кожна нація під впливом різноманітних факторів створює свої звичаї й традиції, що складають її унікальну й неповторну культуру, зокрема і культуру харчування. Представники різних етносів у разі взаємодії перебувають у стані “діалогу культур – взаємодії культур, що контактують у процесах міжкультурної комунікації чи вивчення іноземних мов, що забезпечує адекватне взаєморозуміння і духовне взаємозбагачення представників різних національних лінгвокультурних спільнот” [1: 44].

Мета нашого дослідження – на основі власних польових досліджень під час перебування у Сполучених Штатах Америки розглянути, як саме на мовному рівні фіксується діалог української та американської харчових культур. Номінації їжі, що споживають в Америці та в Україні, в узагальненому вигляді належать до 3 категорій: здорова, нездорова, святкова.

Словосполучення *здорова їжа* (давня, повсякденна) номінує масив харчових реалій, що мають велику питому вагу в свідомості українців (*домашня їжа: борщі, супи, гарячі варени, тушковані страви, салати*), для американців є не досить популярним явищем

(переважає *смажена та їжа, приготована на грилі*). В аспекті категорії *споживачі здорової їжі* в свідомості української мовної особистості фігурує словосполучення широкі кола населення, американської – *групи населення, не обтяжені прискореним темпом життя*. Українська та англійська мови також фіксують часову належність здорових страв: у Сполучених Штатах ці страви більш *характерні для сніданку*, в Україні – *для сніданку, обіду та вечері*. Однак спільними в американській мовній картині світу є кілька відповідників здорових страв, характерних для українського столу. Це звичні для нас *тушкована картопля і картопляне пюре – Potato hashbrown і Mashed potato*, *яєчня (омлет) – Omelet*. Нечасто споживаються також *злакові, каші – Rice, Oatmeal*.

Словосполучення *нездорова їжа* в українській мовній картині світу має широко відомий англійський відповідник *fast food*, який, до речі, американцями через непотрібність не вживається, оскільки *швидке харчування* є для них *нормою* завдяки популярності. До цієї категорії належать назви їжі, яку прийнято їсти руками, яка не потребує посуду, столових приборів, подається у вуличних ресторанах та кафе на винос: *french fries (картопля-фри)*, *sandwich (бутерброд)*, *wrap (несмажена “шаурма”; від слова загортати)*, *tortillas chips (коржики з кукурудзяного борошна)*, *waffles (товсті вафлі на зразок польських гофрів)*, *chips (чипси як гарнір до основної страви на обід чи вечерю)*, *fried pickles і onion rings (смажені у фритюрі солоні огірки та смажені кільця цибулі)*. Категорія *споживачі* реалізується через словосполучення *представники всіх груп населення*.

Словосполучення *святкова їжа в родинному колі* сприймається українцями в контексті виразів: *вишукана домашня їжа, широкий асортимент страв, святковий посуд, святкове сервірування, родинне коло, зустріч з друзями, день народження, хрестини, родини, поминки, традиційні календарні та державні свята* тощо. В американському сприйнятті словосполучення *святкова їжа* має “дещо” вужчий спектр приводів для свята (переважно це *День подяки, Різдво*) та самих страв: *turkey та pumpkin pie* (традиційні *індичка та гарбузовий пиріг на День подяки*).

Проведене дослідження переконує в тому, що “кожне суспільство в ході своєї історії виробляє особливу символічну мову, свій код, які дозволяють ідентифікувати представника цього суспільства або цієї культурної традиції” [2:106], а зафіксовані мовою аналоги

деяких страв лише підкреслюють оригінальність і неповторність нашої української культурної традиції здорового харчування, яку треба зберігати і розвивати.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.
2. Осипова Г., Садовська Н. Культура і діалог культур у контексті глобалізації // Схід. – 2010. – № 3 (103). – С. 105-107.

Савчук Володимир Андрійович,
Національний університет “Острозька академія”

ЧОЛОВІЧИ ТА ЖІНОЧІ ОПОЗИЦІЇ В РОМАНІ “ВОГНЕМ І МЕЧЕМ” Г. СЕНКЕВИЧА

У статті обґрунтовано конкретні засоби поетики (порівняння, паралелізм), здійснено протиставлення головних персонажів на загальному і конкретному рівнях.

Ключові слова: порівняння, паралелізм, загальний і конкретний рівень протиставлення персонажів.

The article gives ground for the specific means of poetics such as simile and parallelism; contradistinguishes protagonists on the general and concrete level.

Keywords: comparison, parallelism, general and specific level of contrast between the characters.

В історичному романі Г. Сенкевича “Вогнем і мечем” описуються події 1647-1649рр. – першого етапу громадянської війни, з точки зору польських істориків, і визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького, з погляду української історії. Проблематика твору охоплює різні аспекти: єдності польської нації, ворожнечі між українським та польським народами, війни і миру, нерозділених почуттів та особистої помсти.

Актуальність дослідження є очевидною в контексті українсько-польської історії і відновлення добросусідських відносин у сучасності.

Об’єктом дослідження є роман “Вогнем і мечем”, предметом – порівняння та протиставлення героїв роману, що є представниками українського та польського народів.

Мета дослідження – зіставити історичні документи з художньою моделлю та обґрунтувати окремі засоби поетики: порівняння та паралелізми. Для досягнення цієї мети були використані такі методи дослідження, як індукція, порівняння та контекст-аналіз.

У романі “Вогнем і мечем” автор протиставляє позитивні і не-

гативні персонажі на двох рівнях: загальному (ворогуючі сторони, національні авто- і гетеростереотипи) та конкретному (окремі психологічні характери).

На загальному рівні антитеза виводить до двох народних полюсів: поляки (лицарі) / козаки (варвари) (“armia większa od tych, jakiecesarz niemiecki lub król francuski mogli wystawić, a dziksza od zastępów Tamerlana”[5:361]). Така поляризація та опис герців (наприклад, перед боєм під Старокостянтиновом) робить роман у певній мірі подібним до “Пісні про Ролланда”.

Таким чином, можна зробити висновок, що військо Речі Посполитої зображене переважно у позитивному плані, а козацьке ж – навпаки, в негативному (цей ефект посилюється домінуванням чорного кольору в лавах повстанців).

Конкретний рівень протистоянь можна розподілити по парах: Єремія Вишневецький – Богдан Хмельницький, Ян Скшетуський – Богун, Гелена – Горпина.

Автор ідеалізує Єремію Вишневецького як героя Речі Посполитої. Всі його дії виправдовуються, а йому самому приписуються надзвичайна релігійність та сумління, про що красномовно свідчать слова з молитви Єремії: “Non mihi, non mihi, sed nomini Tuo da gloria!” (“Не мені, не мені, але Імені Твоєму слава”)[5:291]. Для поляків Вишневецький був беззаперечним авторитетом. Це перегукується з відданістю французьких лицарів королю Карлу у “Пісні про Ролланда”[4:79]. Тим не менш, Кралюк, посилаючись на Качковського та Гурку, стверджує, що Сенкевич занадто ідеалізує образ князя Єремії [2].

Образ Хмельницького є своєрідним концентратом негативних рис. Він підлещується до кримського хана (“Jam twój niewolnik”[5:476]), налаштовуючи його проти Вишневецького, і оплачує військову допомогу татар ясиrom з української землі(цей факт є історично підтвердженим Гітіним [1:178]). Також Хмельницькому в творі характерна підступність.

У другій парі Скшетуський – Богун ідеалізується також поляк. Він чинить шляхетно, відпускаючи полоненого Богуна на волю. Попри ідеалізацію цього образу, помітними є певні негативні сторони героя, наприклад, його іронічна кровожерливість, підтвердженням чого є вислів Скшетуського “Wszelako to szczęście, że on [Bohun] człowieka przy niej [Heleny] rozszczępił...”[5:53] Врешті-решт, бойо-

ві товариші порівнюють Яна з римлянином. Однак перенасичення позитивними рисами робить цього героя дещо штучним.

Богун постає в романі жорстоким та запальним, риси характеру якого ілюструє напад на Жендяна в Лубнах. Крім того, йому притаманний егоїзм, особливо у поводженні з полоненою Геленою. Про запальний характер і бунтівну натуру Богуна свідчить також Остапенко: “Найбільш вперті хвилювання та заколоти самовільних хлопів відбувалися на Брацлавщині внаслідок підбурювання Богуна”[3:105].

Третя пара – жіноча. Серед позитивних рис, що приписуються Гелені – скромність милосердя. Випадок, коли вона сказала в дорогу “З Богом” нелюбу, який мав би свідчити про Геленину доброту, можна розглянути з прагматичної точки зору: Богун пообіцяв відпустити її, якщо повернеться, отже вона була зацікавлена в тому, щоб він вижив.

Абсолютною протилежністю набожної католички Гелени є образ відьми Горпини – охочої до чоловіків, холонокрової та жорстокої. Для того, щоб викликати в читача більшу відразу до образу Горпини, автор описує сцену ворожіння на млиновому колесі. Як і при творенні образу Богуна Сенкевич використовує прийом “гарна обгортка – страшний вміст”(“– Kraśna wiedźma – mruknął pod wąsikami pan Michał”[5:448]), однак в образі Горпини контраст між її зовнішністю та внутрішнім світом набагато більший.

Отже, Г. Сенкевич використовує антитезу для більшого наголошення на ворожості сторін та для того, щоб читач глибше перейнявся опозицією добро/зло. Поєднання протиставлень на двох рівнях посилює цей ефект.

Література:

1. Гітін В. Г. Орден козацького лицарства. – Харків: ТОРСІНГ ПЛЮС. – 2008. – С. 172-202.
2. Кралюк П. М. Ярема Вишневецький – герой чи антигерой. 6.03.2009 р. – Режим доступу <http://anvsu.org.ua/index.files/Articles/Kraluk10.htm>.
3. Остапенко П. В. Усі видатні постаті історії України. – Харків: ТОРСІНГ ПЛЮС. 2006. – С. 87-111.
4. Пісня про Роланда. Перек. зі старофр. В. Пашенко, Н. Пашенко К. : Либідь. – 2003. – 192 с.
5. Sienkiewicz Henryk, Ogniem i mieczem, t. i, Państwowy Instytut wydawniczy, Warszawa – 1974. – 555 s.

*Сергійко Марія Олександрівна,
Національний університет “Острозька академія”*

ГЕРОЙ ІЗ ДВОМА ОБЛИЧЧЯМИ: РОМАНТИЧНИЙ БУНТАР ЯК ГЕРОЙ МОНОМІФУ (на матеріалі драматичної поеми Адама Міцкевича “Дзяди”)

У статті репрезентуються виявлені приховані структурні елементи внутрішньої архітекτονіки поеми Адама Міцкевича “Дзяди”.

Ключові слова: сюжетний рух, героїчний мономіф, біфуркації ний континуум поеми.

The article represents the hidden structural elements of the inner architectonics discovered in “Dziady”, the poem by Adam Mitskevych.

Keywords: scene movement, heroic monomif, bifurcation continua tion of the poem.

Об’єктом дослідження є драматична поема Адама Міцкевича “Дзяди”.

Предмет дослідження – сюжетний рух головного героя поеми, Конрада-Густава.

Метою дослідження було виявлення прихованих, однак, від того не менш важливих структурних елементів внутрішньої архітектоники поеми. Реалізація мети цього дослідження ґрунтувалася на відшукуванні біфуркаційних континуумів поеми і послідовному їх співставленні із елементами героїчного мономіфу за концепцією Дж. Кемпбела, що і стало завданнями статті.

Актуальність теми полягає у застосуванні якісно відмінної від попередніх досліджень методики аналізу постаті ліричного героя, а відтак, і його суспільної ролі в контексті романтичної антропософії.

Доброю методологічною основою до розгляду міфологічної лінії “Дзядів” є концепція мономіфу, запропонована американським антропологом Джозефом Кемпбелом. Міф розумітимемо як феномен,

що переноситься в силу обставин або свого виняткового значення із сфери тривіальностей до сфери *sacrum*. Це зауваження буде суттєвим у тому розумінні, що соціально-політична ситуація, в якій перебувала Польща за життя Адама Міцкевича, потребувала потужного героїчного міфу, котрий не відступав би перед впливовістю образу лицаря із Твардова (Міцкевич наголошує на цій проблемі у своїх паризьких “Лекціях зі слов’янських літератур” [2, 121]). Американський антрополог Джозеф Кемпбел досліджує героїчний мономіф на широкому тлі здобутків етнологів та етнографів.

Вчений визначає мономіф за допомогою ознаки, що властива цій структурі як елементові будь-якої міфології – рух героя у світовому просторі, який в загальному описується циклічною формулою “відторгнення – ініціація – повернення”: “герой наслідують вийти з буденного світу в край надприродного дива; там він здобується з легендарними силами й здобуває вирішальну перемогу; герой повертається з цієї загадкової перемоги, наділений силою обдаровувати благами своїх одноплемінців” [3, 27]. Густав-Конрад як уособлення героя проходить всі стадії мономіфологічного руху за Кемпбелом.

Прологом до усвідомлення героєм своєї рятівної для Польщі місії є особистий злам, і перш за все сердечна драма. Кемпбел з цього приводу зауважує, що “складений із багатьох героїв герой мономіфу є персонажем виняткової обдарованості. Часто суспільство його вшановує, але незрідка не визнає чи зневажає. Він і світ (або світ) страждають символічною вадою”. У нашому випадку героя справді не приймають, насміхаються над його інакшістю.

Наступною чудесною з’явою є зустріч із Чорним Мисливцем, що є покликом до пригоди. “Коли його вчує містик, цей провісник знаменує те, що визначають як “пробудження власної сутності” [3, 44]. Ця Самість вказує шлях паломництва героя.

На цьому етапі Кемпбел розглядає два можливих варіанти: відмову від поклику та прийняття необхідності вирушити в подорож у невідоме. В разі останнього герой отримує надприродну допомогу могутньої покровительки, уособлення юнгівського архетипу Великої Матері. Однак покровителем героя “Дзядів” буде чоловік – ксьондз Петро. В рамках взаємодії фемінного та маскулінного начала маємо продуктивний симбіоз, але в нашому випадку зіткнулися два Логоси, що призвело до конфліктної ситуації.

Наступний етап – народження (або ж переродження) героя, перехід через один із кемпбелівських “порогів”. Герой переноситься у позачася і позапростір (наприклад, черево кита – або тюремну камеру), і вступає у сферу первинного. “Цей популярний мотив робить наголос на тому уроці, що перехід через поріг є формою самознищення” [3, 65]. В’язень на тюремній стіні пише, що, як фенікс, помирає народжується із власного попелища – із закоханого Густава народжується герой Конрад.

Кемпбел згадує також про передпорогових охоронців, котрі стоять на порогах і повз які має пройти герой. Такими охоронцями є голоси за плечима Конрада; вони обговорюють долю Конрада і “перетягують” його душу кожен на свою сторону.

Але все ж з’ява героя у світі буття – це аверс ситуації. Реверсом буде повторний прихід героя на землю у ніч на Дзяди. Густав-привид повторює переступання порогів після смерті – правда, з точністю до навпаки. Густав після смерті повертається до порогу дому своєї матері, з якого вийшов у світ (архетипну Печеру), а потім приходить під личиною відлюдника, що заблукав, до помешкання свого навчителя – ксьондза Петра. Там процедура народження героя відбувається у своєму дзеркальному відображенні – Густав заколює себе і проголошує правоздатність народної відправи Дзядів.

Отже, герой у поемі – це Янус дволикий, він має подвійну суть, дві сторони: денну і нічну. Саме через подвійну природу осердя номіфу – героя – його колоподібна структура розпадається на два півкола: півколо руху буття і небуття.

Література:

1. Адам Мицкевич. Дзяды. Собрание соч., т.3. – М., “Художественная литература”. – 1986. – 248 с.
2. Адам Мицкевич. Лекции и письма. Собрание соч., т.4 – М., “Художественная литература”. – 1986. – 248 с.
3. Джозеф Кэмпбелл. Герой с тысячей лицами. Пер. с англ. – “София”, Ltd., 1997. – 336 с.

*Сотнікова Ірина Олександрівна, Косенко Юлія Вікторівна,
Сумський державний університет*

ЕТИКЕТНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Стаття наводить типологію мовних формул та одиниць висловлювання англійського та українського мовних етикетів.

Ключові слова: мовний етикет, мовні формули, етикетні висловлювання.

The article provides a typology of the linguistic formulae and dictum units of English and Ukrainian linguistic etiquette.

Keywords: language etiquette, language formula, etiquette speech.

Характерною ознакою сучасної науки про мову є інтенсивні пошуки в галузі прагмалінгвістики. Основними положеннями прагматичного аспекту лінгвістичних досліджень є те, що мова, виконуючи функцію спілкування, служить не тільки для повідомлення, але й для впливу мовця на співрозмовника [4; 96].

Актуальність нашого дослідження обумовлена посиленням інтересу до мовного етикету, підвищенням його ролі у сучасній мовленнєвій комунікації; необхідністю подальшого дослідження співпадань та розбіжностей у спілкуванні в українській та англійській культурах.

Об’єктом нашого дослідження стали мовні традиції етикету в англійській та українській мовах.

Предметом дослідження є мовні формули або лексичні одиниці англійського та українського мовного етикету та їх типологія.

Спілкування з представниками інших країн вимагає не тільки знання іноземних мов, але й уміння поводитися тактовно, природно й гідно, а також попереднього вивчення особливостей національного характеру, специфіки їхнього способу життя й манери поведінки [2; 20].

Залежно від типових ситуацій спілкування мовленнєвий етикет можна поділити на групи, різновиди. Одиниці вітання та привітан-

ня: *доброго ранку, good morning*. Одиниці звертання та привертання уваги: *будьте добрі скажіть, будь ласка, tell me please, would you be so kind*.

Під час знайомства використовують кліше: *дозвольте відрекомендуватися, представити, let me please to introduce myself* тощо. Запрошення: *приходьте, ласкаво просимо, зайдіть, come in, welcome* тощо. Згода і незгода: *так, я не заперечую, ви маєте рацію, авжеж, I agree with You, You are right*. Прохання: *дозвольте, просимо, let me please, would it be too much of a trouble for you to do something* та інші. Подяка: *спасибі, дякую, дуже вдячний, вік не забуду, thank You*. Вибачення: *пробачте, перепрошую, даруйте, вибачте, excuse me, pardon me* [3; 13].

Тексти висловлювань мовленнєвого етикету становлять великий інтерес для різних галузей лінгвістики, зокрема для лексикології та морфології [2; 18]. Часто етикетні висловлювання утворюються поєднанням іменникових частин, наприклад: *доброго ранку* [2; 19].

Дієслова у складі етикетних висловлювань можуть приймати форму усіх трьох способів. Це може бути імперативне висловлювання (наказовий спосіб), у таких випадках, як *здрастуйте, прощайте, даруйте*, дієслово в умовному способі: *чи не могли б Ви..., чи можна було б*, а також у дійсному способі: *вік не забуду, Ви маєте рацію*. Дієслово може сполучатися з різними частинами мови: *хай щастить* (частка + дієслово), *ласкаво просимо* (прислівник + дієслово). У англійській мові *have a nice day* (дієслово + артикль + прикметник + іменник), *how are you?* (прислівник + дієслово + займенник). З точки зору синтаксису, етикетні висловлювання є простими реченнями, наприклад: *I'm glad to see you*, але все таки, вони є переважно односкладними, наприклад: *Вибачте мене, Excuse me, Прошу вибачення* [2; 19].

Вітання – знак мовленнєвого етикету, з якого починається будь-який вид мовного спілкування, незалежно від того, були чи не були до цього представлені один одному співрозмовники [1; 72].

Для етикетних висловлювань англійської мови виступає універсальна тенденція до зміни лексичної наповненості мовленнєвих актів, які складають етикетний мовленнєвий жанр вітання, у сторону менш офіційних лексичних одиниць, а також кількісного скорочення комунікативних ходів. Зазвичай, етикетні формули у своїй більшості вважаються і по цей день традиційними: *Добрий день, Добрий*

ранок, Доброго здоров'я, Мої вітання, Good morning, Good evening, Glad to see you, Happy to see you again [2; 20]

Вибір вітального виразу залежить також від часу його вживання. Уранці можна скористатись українськими: *Добрий ранок, Доброго ранку, Я зичу вам доброго ранку*, можливим також є варіант *З добрим ранком вас*. Англійською можна сказати *Good morning*. Це ввічливе привітання, коли люди в перший раз зустрічаються вранці, а у дружньому контексті маємо скорочену форму *Morning* [5; 25].

Удень можна використати *Добрий день, Доброго дня, Добридень, на добридень, Good afternoon*, скорочення *Afternoon, Have a nice day*. Увечері вживаємо *Добрий вечір, Вечір добрий, Добровечір*, що може бути розширеним завдяки вказівці на адресата, наприклад: *Добрий вечір добрим людям*. Англійській мові відповідає *Good evening* або скорочена форма *Evening* [5; 26].

Отже, провівши дане дослідження, можна сказати, що з етикету зникли норми, продиктовані умовами життя певного класу, стану, але залишилися універсальні, загальнозживані правила ввічливості, такту, коректності, що полегшили. Ушляхетнили і прикрасили людську поведінку.

Ми виявили лінгвокультурну специфіку етикетного спілкування стосовно британської та української комунікативної поведінки; здійснили системний опис мовних засобів реалізації ввічливого привітання до адресата; показали вплив соціальних факторів на функціональні особливості привітання.

Література:

1. Вежицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / Пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – С. 72.
2. Голубничая О. І. Семантико-функціональні особливості висловлювань, спрямованих на підтримку адресата (на матеріалі англійської мови). Автореф. дис... канд. філол. наук. 10. 02. 04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – Київ, 1994. – С. 18 – 20.
3. Кокойло Л. О. Компліментарні висловлювання в сучасній англійській мові (структура, семантика, вживання). Автореф. дис... канд. філол. наук. 10. 02. 04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – Київ, 1996. – С. 13.
4. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. – Львів: В-во "СПОЛОМ", 2001. – С. 95-98.
5. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет. – М. : Издательство. ИКАР, 2004. – С. 25-26.

Старостіна Вікторія Валеріївна,
Національний університет "Острозька академія"

ІМ'Я (НІКНЕЙМ) ЯК САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ У ВІРТУАЛЬНИХ КОНФЕРЕНЦІЯХ

Стаття присвячена дослідженню та характеристиці імені (нікнейму) як одного з найголовніших елементів електронного дискурсу. У статті висвітлюються основні причини та мотиви виникнення нікнеймів та подані загальні тенденції їх класифікації.

Ключові слова: нікнейм, псевдонім, віртуальний дискурс, комунікант.

The article deals with the research and description of the name (nickname) as one of the most important elements of computer discourse. In the article we explain fundamental reasons and motives for appearance of nicknames and give basic tendencies of their classification.

Key words: nickname, pseudonym, virtual discourse, addressee.

У сучасному суспільстві з розвитком комунікативних практик та мережі Інтернет варто звернути увагу на існування такого важливого елементу віртуального дискурсу як "нікнейм" (nickname) або псевдоніма у кожного користувача всесвітньої мережі. "Nickname" ми розуміємо як ім'я, яке людина обирає собі для спілкування у мережі Інтернет. [1, 21].

Вибір нікнейму виникає під впливом різних немовних факторів з залученням мовного матеріалу. Віртуальна реальність дозволяє людині, минаючи всі заборони та обмеження реального життя, реалізувати свій творчий потенціал, втілити в "віртуальне життя" те, що недосяжне в дійсності. Анонімність та обмеженість емоціонального контакту дозволяє комуніканту по-творчому підходити до вибору свого мовного іміджу. При зав'язуванні контакту учасник заявляє про себе своїм ім'ям. Імена можуть бути яскравим та незвичайним, негативним та вражаючим своєю видумкою, популярним та незна-

© Старостіна Вікторія Валеріївна, 2012

йомим, але обов'язково таким, що запам'ятовується. Присвоюючи собі ім'я (нікнейм), учасник керується низкою мотивів, якими може бути пояснений вибір мовних засобів. При спілкуванні комунікант зіставляє портрет співбесідника по його мовній поведінці, одним із змістових компонентів якої є нікнейм. [2, 303].

На вибір нікнейма можуть вплинути наші негативні настанови, і тоді ми вибираємо ім'я, яке компенсує нашу невдоволеність собою. Наприклад, дівчина, яку батько називав "Lazy bones" може обрати собі псевдонім "Miss Perfection". Можливо, псевдонім висловлює наші мрії та прагнення, і тоді ми обираємо ім'я, яке дозволяє сховатися від реальності, відчувати себе у віртуальному всесвіті іншою людиною. Нерідко образ, який створюється партнерами по спілкуванню поглинає особу користувача, починає впливати на неї. Обраний нікнейм примушує прийняти на себе деякі додаткові зобов'язання (тобто людина із нікнеймом "Smile" навряд чи буде агресивною, проте від "sir Harry Potter" слід чекати якоїсь таємності, містики [3, 1].

Вибір нікнейму зазвичай не є випадковим. Він відображає внутрішній психологічний настрій користувача, його уявлення про світ і про себе, яке відображене в короткій формулі. Таким чином, обраний нікнейм є своєрідною ширмою, яка ховає за собою реальну людину.

Щодо тенденцій у словотворенні нікнеймів сьогодення, то можна виділити декілька наступних:

1) використання неологізмів, пов'язаних із розвитком техніки та економіки: *Bonus, Pentium*;

2) використання понять про характер людини: *Smile* (весь час посміхається), *Evil, Tears* та ін.;

3) використання назв продукції, яка рекламується засобами масової інформації: *Snickers, Mars, Dosia*;

4) використання імен та прізвищ відомих людей нашої доби: письменників, спортсменів, актерів: *Eminem, Torres, Beckham, Pitt, Johnny Depp* тощо);

5) потяг до скорочення, спрощення: *Ferni (Fernando), An (Anna), Kris (Kristian)*;

6) ласкаві імена: *Kitty, Doggy, Sunny* тощо). Як бачимо, це може бути будь-яке слово чи ім'я, але обов'язково із пом'якшувальними суфіксами, які додають імені ласкавий, зменшувальний відтінок;

7) фан-імена: *sir Harry Potter; Batman, Mr Muscle*. Люди, які носять імена своїх героїв, намагаються стати схожими на них, людина утотожнює себе з героєм і запозичує усі його "манери" поведінки;

8) ельфійські імена: *Galadriel, Lorial, Gabriel* тощо).

Як бачимо з прикладів, ці одиниці є своєрідним сплавом ставлення до людини, настрою, який панує в оточенні цієї людини, його загального інтелектуального рівня. Нікнейми, які з'являються і живуть у високо інтелектуальному середовищі, часто базуються на фактах світової літератури, міфології та історії й пов'язуються з певними фактами або періодами життя того, кого так назвали.

Література:

1. Кондаков И. В. К поэтике адресата (в контексте идей академика Г. В. Степанова) // *Res philological* Сб. ст. Под ред. Д. С. Лихачева. – М. : Наука, 1990. – С. 18-29.
2. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. – М. : Наука, 1973. – 366 с.
3. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives / Ed. by S. C. Herring. Amsterdam, 1996. – P. 1.

Степанець Людмила Іванівна,
Національний університет "Острозька академія"

ФУНКЦІЇ ЗМІ

Дослідження, викладене у науковій статті, полягає у виокремленні основних функцій засобів масової інформації.

Ключові слова: ЗМІ, функції, інформація, суспільство, маніпулювання.

The purpose of the research given in the article is to distinguish main functions of mass media.

Key words: mass media, functions, information, society, manipulation.

Актуальність роботи визначається необхідністю проаналізувати особливості життєдіяльності ЗМІ.

Мета дослідження: визначити функції ЗМІ та їх вплив на свідомість громадян

Об'єкт дослідження

Методологія дослідження : синтез та узагальнення.

Засоби масової інформації – це розгалужена система установ, що займаються збором, обробкою, поширенням інформації. Саме тому, що ЗМІ, преса зокрема, є настільки важливими в житті людини, необхідним є розуміння основних завдань засобів масової комунікації [3; 277].

Інформація подана в засобах масової інформації характеризується об'єктивністю та впливовістю на свідомість людей. Отже ЗМІ властиве виконання певного призначення [4;15].

ЗМІ виконують наступні функції: інформаційну, організаторську, виховну, впливову, пропагандистську, контрпропагандистську, соціологічну.

Інформаційна функція відповідає за отримання та розповсюдження відомостей, що мають найбільше значення для людей, а процес виокремлення цих фактів за важливістю та подача цих самих фактів реалізує організаторську функцію [4;16]. Виховна функція дозволяє

донести до громадян певні знання, які допомагають адекватно оцінювати та упорядковувати відомості отримані з різних джерел, не загубитись у великому інформаційному потоці. Сукупність текстів всіх трьох різновидів(телебачення, радіо та преса) масової інформації за певну одиницю часу треба розглядати як цілісний потік соціальної інформації, системну освіту [1;246].

Пропагандистська функція реалізується в потребі роз’яснення проблем розвитку демократичної держави, розумінні певних морально-етичних проблем, питань міжкультурної комунікації. Поряд з пропагандистською, велику роль відіграє контрпропагандистська функція, що зумовлена зовнішніми факторами та спільним інформаційним простором з іншими державами[1;246].

Як зазначає Моїсєєв В. А. : “Дезінформуючи суспільство, в матеріалах ЗМІ нав’язують вибірккову увагу до фактів, приписують певній особі заяви, які вона ніколи не робила, оприлюднюють інформацію після втрати нею актуальності, наводять неточну цитату чи уривок фрази, яка поза контекстом набуває зовсім іншого, протилежного змісту”[2;210].

За допомогою ЗМІ відбувається маніпулювання громадською думкою. Досить поширеними прийомами є: удавана трансляція (журналіст імітує транслювання думок різних людей); обмеження інформації (невигодні думки та факти опускаються); скорочення (подача матеріалу, що висвітлює позицію лише однієї зі сторін); використання евфемізмів (використання при обговоренні кримінальної чи незаконної діяльності слів-замінників, що не дають точної оцінки) шляхом прямої чи непрямої критики, а також за допомогою гумористичних форм досягається ефект приниження[1;200].

Література:

1. І. Р. Гальперин Текст як об’єкт лінгвістичного дослідження. – Москва. : – Москва, 1981. – 343 с.
2. Моїсєєв В. А. Паблікрілейшнз теорія і практика / В. А. Моїсєєв. – М. : Омега, 2001 – 357 с.
3. Українська мова. Енциклопедія / [за ред. В. М. Русанівського, О. О. Тараненка та ін.]. – К. : Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.
4. Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця XX початку XXI століття. А. О. Худолій, Київський національний лінгвістичний університет – К., 2003. – 275 с. – 10. 02. 2004 №811. 111+81373. 611

Степанова Катерина Дмитрівна,
Національний університет “Острозька академія”

ПЕРІОДИЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИКОГРАФІЇ

У статті розкривається проблема хронологізації розвитку англійської лексикографії.

Ключові слова: лексикографія, глосарій.

The article deals with the problem of chronologisation of the development of English lexicography.

Key words: lexicography, glossary

Словникарство є одним із найважливіших етапів розвитку мовної традиції кожної нації. Словник у вигляді, до якого звикли наші сучасники, існував не завжди. Точніше, словники, що нагадують сучасні, з’явилися у Західній Європі XVII ст. Проте корені складання словників лежать набагато глибше.

М. В. Моїсєєв виділяє чотири періоди розвитку англійської лексикографії:

1) глосаризація;

На думку Моїсєєва, ця стадія характеризувалася “наївним” підходом до опису лексичного складу мови [1, с. 6]. Першим англійським словником, що був створений для перекладу англійських слів на латинську мову, є *Promptuarium Parvulorum*. Як підкреслює у своїй анотації Сузанне Шульц-Фальстер, глосарій становив важливість тим, що у ньому вперше основним об’єктом тлумачення був англійський, а не латинський лексикон [3].

2) словники важких слів

Тенденцією цього періоду, яку виділяє Моїсєєв, є спроба упорядників словників тлумачити лише ті лексичні одиниці, які вони вважали важкими для розуміння, а повсякденну лексику або ігнорувати, або давати короткі дефініції [1, с. 10];. До словників цього періоду Моїсєєв відносить: *A Table Alphabetical* (“Перелік алфавітний”)

Роберта Кодрі, *An English Expositor* (“Англійський тлумач”) Джона Баллока, *English Dictionarie* (“Англійський словник”) Генрі Кокрема, *The New World of English Words* (“Новий світ англійських слів”) Едварда Філіпса та ін. Згідно з коментарями Р. Сіменса до електронної версії “Переліку алфавітного” Р. Кодрі, цей словник загалом вважається першим повністю розвиненим представником одномовних словників англійської мови; таким чином, він ілюструє перехід від списків слів та глосів до власне словників [4].

3) прескриптивний період

Основною тенденцією цього етапу, на думку лінгвіста, є прагнення упорядників словників встановити визначену норму у написанні, вимові та слововживанні, тому майже всі словники, що належать до цього етапу, варто визначити як нормативні. Лексикографи намагалися надати найбільш повну інформацію про слово. Дефініції лексичних одиниць мали більш розгорнуту структуру, ніж дефініції словників попереднього періоду. Вживання слів у мовленні підтверджувалося цитатами з літератури. Вказувалася етимологія слів [1, с. 15]. До словників цього періоду належать: *A Dictionary of English Language* Самюеля Джонсона, *An American Dictionary of English Language* Ноя Вебстера та ін.

4) сучасні (дескриптивні словники).

Найвищим досягненням англійської лексикографії, як висловлюються Моїсєєв, Ступнін, В. Крізер та ін., є *The Oxford English Dictionary*. У 1930-х роках плідна співпраця лінгвістів, лексикографів, спеціалістів у галузі педагогіки та методики викладання англійської мови як іноземної призвела до упорядкування перших успішних навчальних словників англійської мови, призначених для іноземців, які вивчають англійську мову.

Ступнін притримується такої ж думки, проте на відміну від Моїсєєва, науковець розділяє період глосаризації на чотири окремих етапи:

- 1) рукописні словники-глосарії (“Епінальський кодекс”);
- 2) двомовні глосарії із тематичним обмеженням словника (“*Promptuarium Parvulorum*”);
- 3) період друкованих двомовних словників із розширенням кількості представлених слів та різносторонньою характеристикою лексеми, (словник Т. Еліота “*The Dictionary*”);
- 4) період розвитку і вдосконалення перекладних словників [2, с. 52–64].

Подальші етапи узгоджуються із класифікацією Моїсєєва.

Таким чином, у процесі формування англомовної лексикографії спостерігається тенденція еволюції від появи перших перекладних протословників (глосів), до розвитку їх у тлумачні словники, спочатку слів переважно іншомовного походження, або слів, складних для розуміння; за цим слідував стадія аналізу слова (етимологія, граматичні характеристики), і на сучасному етапі словник еволюціонував у засіб навчання іноземної мови.

Література:

1. Моїсєєв М. В. Лексикография английского языка: учебно-методическое пособие: для студентов специальностей 022900 “Перевод и переводоведение” и 022600 “Теория и методика преподавания иностранных языков”. – Омск. Изд-во ОмГУ, 2006. – 92 с.
2. Ступин Л. П. Лексикография английского языка: Учеб. пособие для студентов ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1985. – 167 с.
3. Schulz-Falster, Susanne. The beginning of English Lexicography. Електронний ресурс. Режим доступу: www.schulz-falster.com/ (Schulz-Falster: Rare Books)
4. Siemens R. G. Cawdrey’s Work, and the Development of the Dictionary in Early Modern England. Електронний ресурс. Режим доступу: [//www.library.utoronto.ca/utel/ret/cawdrey/cawdrey0.html](http://www.library.utoronto.ca/utel/ret/cawdrey/cawdrey0.html)

Студинець Юлія Ростиславівна,
Національний університет "Острозька академія"

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ У ВИВЧЕННІ ГРАМАТИКИ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Метою статті є аналіз інтернет – сайтів Learn English та One Stop English, присвячених вивченню граматики англійської мови та можливостей їх застосування на різних рівнях володіння мовою.

Ключові слова: Інтернет, граматика, англійська мова.

The article deals with the analysis of such web sites as Learn English and One Stop English, devoted to the studying of English grammar and possibilities of their application at different levels of language skills.

Key words: Internet, grammar, English.

Зі зростанням ролі комп'ютерних та інтернет – технологій в освітньому процесі, питання про їх інтеграцію у навчання іноземних мов привертає все більшу увагу. Використання інтернет – ресурсів у вивченні граматики є об'єктом постійних дискусій, спричиняючи розбіжності у поглядах методистів.

Актуальність дослідження зумовлена інтенсифікацією використання мережі інтернет як засобу здійснення навчальної діяльності необхідністю пошуку та аналізу оптимальних шляхів навчання граматики іноземної мови.

Метою статті є аналіз інтернет – сайтів Learn English та One Stop English, присвячених вивченню граматики англійської мови та можливостей їх застосування на різних рівнях володіння мовою.

Розпочнемо з аналізу інтернет – сайту Learn English. Він містить окремий розділ для інтегрованого вивчення граматики і лексики англійської мови Grammar & Vocabulary, призначений для ознайомлення із основними теоретичними поняттями, а також для набуття та удосконалення граматичних навичок. Окремі підрозділи виконують

різні навчальні функції: у підрозділі English Grammar подається короткий теоретичний матеріал стосовно англійської граматики, поділений за морфологічним принципом на теми і проілюстрований прикладами (найчастіше шляхом введення у речення поняття або структури, що вивчається). У ньому вміщена також основна інформація про синтаксичні одиниці, з яких складається англійське речення. Безумовною перевагою є те, що весь теоретичний матеріал підкріплений інтерактивними вправами на перевірку засвоєння тієї чи іншої граматичної теми. Варто відзначити зручність розміщення матеріалів для користувачів, адже їх можна використовувати як підручник (обирати необхідну тему зі списку), звертатись до алфавітного покажчика граматичних явищ або пошуку по сайту. Підрозділ Quick Grammar включає пояснення 48 граматичних явищ, відібраних за принципом частотності вживання та складності для тих, хто вивчає мову. Після короткого теоретичного викладу матеріалу пропонуються вправи на контекстуальне вживання (заповнити пропуски) того чи іншого явища. На відміну від попередніх двох, підрозділ Grammar Exercises присвячений суто розвитку граматичних навичок на практиці через численні вправи, поділені також за темами. В кінці кожної вправи подається посилання на короткий довідник, що полегшує роботу користувача і забезпечує певну систематизацію вивченого. З огляду на типи вправ, запропонованих на сайті, можна зробити висновок про те, що основною метою його розробників є формування морфологічних і, дещо меншою мірою, синтаксичних граматичних навичок. Вправи спрямовані здебільшого на розпізнавання граматичних форм у контексті, а отже, забезпечують розвиток рецептивних навичок. Щодо методу навчання граматики, то використано елементи прямого методу, оскільки у ході навчального процесу тренувальні вправи забезпечують багаторазове повторення зразків [1: 283]. Очевидним є використання практичного підходу, адже вибірка граматичних структур і явищ для вивчення зроблена саме згідно із частотністю використання у мові та важливості їх для сприймання та продукування мовлення, а звідси і прямий зв'язок із практикою [2: 56].

На сайті One Stop English розміщені матеріали для широкого кола користувачів, призначені для різних цілей (бізнес (Business), підготовка до екзаменів (Exams)) і вікових категорій (діти, підлітки) і т. д. Розділ Граматика (Grammar), у свою чергу поділяється на підрозділи:

а) уроки граматики (Grammar lessons): включає підбірку граматичних вправ та розробки уроків для вчителів. Характерною рисою підпункту є поділ матеріалу за рівнями знання мови: Elementary, Pre-intermediate, Intermediate, Upper intermediate. Сюди ж входять і вправи змішаного типу для різних рівнів знань (Miscellaneous). У цьому підрозділі можна знайти вправи на розвиток як рецептивний, так і репродуктивних граматичних навичок завдяки різноманітності вправ за формою та спрямуванням. Для рівня Elementary пропонуються здебільшого вправи на розпізнавання, характерні для підготовчого етапу формування граматичної навички. На рівні Pre-intermediate переважають т. зв. drill exercises типу completion, а також multiple matching exercises [2: 160]. Рівень Intermediate характерний тим, що з'являється більше вправ творчого спрямування, в яких практикується задавання запитань, доповнення діалогів та текстів правильними фразами. Таким чином на середньому рівні знання мови на рівні з рецептивною, розвивається репродуктивна граматична навичка. На рівні Upper intermediate вивчаються вже значно складніші для засвоєння граматичні конструкції: умовні речення, модальні дієслова, інфінітив, герундій та ін. Для багатьох вправ типовим є стереотипно-ситуативний спосіб подачі матеріалу, завдяки чому створюються автоматизовані стійкі зв'язки між граматичною формою та її функцією у мові.

б) весела граматика (Fun with grammar): підрозділ також поділений за рівнями знань. Сюди входять вправи в ігровій формі: вікторини, ребуси та ін. Граматичні структури різняться за рівнями знань, матеріал при цьому градується.

в) граматичний довідник (Grammar reference): у цьому розділі вміщена інформація за такими темами: прикметники, американська і британська англійська, означальні слова, іменники та фрази, дієслова та часи. До кожного з пунктів подається теоретичний огляд граматичної теми, поради вчителям щодо навчання граматичних конструкцій.

г) навчання граматики (Grammar teaching): розділ містить інформацію про різні підходи до вивчення граматики і методичні вказівки щодо організації навчального процесу.

Розробники сайту One Stop English, очевидно, спираються на ситуативний (усний) підхід до вивчення мови, оскільки тренування нових граматичних конструкцій відбувається у контексті конкретних

мовних ситуацій, без застосування перекладу. Яскраво виражений також принцип градації труднощів відповідно до рівнів, що властиво для ситуативного методу [3: 98].

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок про те, що інтернет-ресурси є можуть використовуватись на усіх етапах формування граматичних навичок. Забезпечуючи широкий вибір вправ на аналіз і синтез, абстрагування, ідентифікацію, порівняння, зіставлення, смислове прогнозування, що розвивають різні типи граматичних навичок, ресурси мережі інтернет є ефективним засобом підвищення рівня мовної компетенції, в тому числі її граматичного аспекту.

Література:

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие / Анатолий Николаевич Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
2. Рогова Г. В. Методика обучения английскому языку: учеб. пособие для студ. пед. ин-тов – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Просвещение, 1983. – 351 с.
3. Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти: навч. посібник. – К. : Фірма "ІНКООС", 2006. – 248 с.
4. Learn English [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://learnenglish.britishcouncil.org/en/grammar-and-vocabulary>.
5. One Stop English [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.onestopenglish.com/>

Талашко Юлія Вікторівна,
Національний університет “Острозька академія”

ОСОБЛИВОСТІ КАНАДСЬКОГО ВАРІАНТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У КАНАДСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

У науковій статті досліджено соціолінгвістичну позицію канадського національного варіанта англійської мови та коротко викладено лексико-граматичні особливості канадизмів на базі канадських друкованих ЗМІ.

Ключові слова: лексика, соціолінгвістика, мовний варіант, канадизм, друковане видання, концепт, діалект, національно-територіальний варіант.

In this scientific article the sociolinguistic position of the Canadian national variant of the English language is investigated; the lexical and grammar peculiarities of Canadian words are presented on the basis of certain Canadian newspapers.

Keywords: language, sociolinguistics, language option kanadyzm, publication, concept, dialect, national-territorial variant.

Постановка проблеми. Наукова стаття присвячена вивченню мови як матеріального засобу спілкування людей, дослідженню питання канадського національного варіанта в основному. Самобутність лінгвістичної ситуації в Канаді та зростання популярності Канади як країни та її мови мотивує нас проаналізувати вживання канадської лексики на основі канадських друкованих ЗМІ (International Express (Canadian edition), Times Colonist (Victoria, BC), The Province (Vancouver, BC), National Post (BC), Times Alberni Valley (Port Alberni, BC) і показати, таким чином, наскільки відрізняється канадський варіант англійської мови від американського та британського.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженню питання варіантології англійської мови і, канадського варіанта зокрема, присвячено

чимало праць як закордонних науковців (R. Berndt, A. Markwardt, R. Quirk, K. Janicki), так і вітчизняних вчених (Ю. Зацний, Р. Крицберг, Л. Г. Попова, О. Швейцер, Ю. Жлуктенко). Базовими джерелами для написання цієї праці були дисертаційні дослідження Ю. Зацного і Р. Крицберга, а також статті Енциклопедії Британіка, К. Яніцкі, М. Блюмфілда, О. Швейцера і Ю. Жлуктенка, Л. Г. Попової та М. М. Маковського. Поряд з основними джерелами, для власного практичного дослідження використовувались газети International Express (Canadian edition), Times Colonist (Victoria, BC), The Province (Vancouver, BC), National Post (BC), Times Alberni Valley (Port Alberni, BC), академічні підручники з мовознавства.

Мета і завдання дослідження. Метою праці було детальне дослідження канадського мовного варіанта сучасної англійської мови, а також вивчення особливостей канадського національного мовного варіанта на мовних рівнях фонетики, граматики та лексики, детальний аналіз вищевказаних канадських друкованих ЗМІ. Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) проаналізувати сучасні національні мовні варіанти англійської мови;
- 2) провести дослідження становлення канадського варіанта англійської мови крізь призму соціолінгвістики;
- 3) розкрити фонетичні особливості Canadian English;
- 4) визначити лексико-граматичні особливості Canadian English за допомогою вивчення друкованих ЗМІ.

Викладення основного матеріалу. В канадському варіанті граматики англійської мови не зустрічається особливих відмінностей з британським варіантом. Зате лексичний рівень значно поповнений власне канадськими еквівалентами англійських слів. Це цілком закономірно, оскільки цей аспект мовних систем є найбільш чутливим до будь-яких змін у соціумі [1: 28].

Автори “Словника канадизмів” визначають канадизм як будь-яку лінгвістичну характеристику, наприклад, у вимові, морфології, синтаксисі, лексиці, що є властивим для англійської мови Канади [4:7]. Читачі канадських газет можуть помітити, що в канадському варіанті англійської мови, як в британському, літера “u” пишеться: *colour, flavour, humour* і *neighbour*. Канадці називають гумку *a rubber band* (AE – eraser), диван – *a chesterfield* (AE – sofa, couch), кросівки – *runners* (AE – sneakers), касу – *a cash register* (AE – a till) [2: 65].

Діалект англійської мови, яким розмовляють у провінції Квебек, перш за все відрізняється впливом французької мови, наприклад *caleche* (назва однієї з видів бричок, запряжених кіньми), *double window* (рама з подвійним склом), *whisky blanc* (алкогольний напій), *professor* (в значенні "шкільний вчитель") [2: 66].

Канадизми англійського походження, що з'явилися протягом XIX століття, склали основну масу лексичного поповнення мови – 2941 одиниця [88, 8%]. З них біля 1200 представляли собою слова зі зміщенням значення: *snow* – сорт пізнього яблука, *packer* – носій, *bag* – шкіряний мішок, *rye* – вид віскі, *dust* – золотий пісок, *leader* – головна собака в упряжці.

Новими тематичними групами, які отримали поповнення канадизмами, виявились:

а) назви родів діяльності: *bronco-busting* – об'їзд дикого коня, *fur-hunting* – полювання капканами на хутрового звіра, *portaging* – перенесення вантажу з одної річки на іншу;

б) політичні терміни: *Confederation* – об'єднання семи провінцій у домініон Канада, *Confederationist* – прихильник конфедерації;

в) спорт: *rugby* – регбі, *puck* – пук, *hockeyist* – хокеїст, *defenseman* – захисник;

г) терміни з області освіти: *collegiate* – вид середньої школи, *trustee* – член шкільного комітету та ін. [2: 66].

Єдина значна відмінність канадської граматики від британської стосується повного виключення із вжитку граматичного часу Past Perfect Continuous, чие місце посів Past Perfect Simple.

Висновки. В процесі виконання роботи було досліджено соціолінгвістичні аспекти канадського варіанту англійської мови та проаналізовано канадські друковані ЗМІ. Результати дослідження підтверджують висунуту думку про те, що не тільки кожна поширена мова, а й значною мірою її національно-територіальний варіант – це унікальна й неповторна система культурно значущих концептів, за допомогою яких його носії сприймають, структурують, передають та інтерпретують потік різноманітної інформації, що постійно надходить із навколишнього світу. Отже, канадський мовний варіант і сьогодні продовжує розвиватися окремо від американського та британського варіантів англійської мови, поповнюючись неологізмами та отримуючи статус національного мовного варіанту.

Література:

1. Жлуктенко Ю. А. Канадский вариант английского языка и определение канадизма. – В кн. Исследования по романской и германской филологии. Киев. Изд-во при К. ун-те, 1975. – 98с.
2. Ощепкова В. В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. – М. /СПб: ГПОССА/КАРО, 2004. – 336с.
3. Попова Л. Г. Лексика английского языка в Канаде/Л. Г. Попова – М.: Высшая школа, 1985. – 246с.
4. Atlantic provinces Education Foundation (1996). Education Indicators for Atlantic Canada. Halifax: Human Resources Development Canada.
5. The Canadian Dictionary 1962// Под ред. Ж. Винэя. Dictionary of Canadian English in 3 volumes. 1962. – 1967.
5. <http://www.statistics.gov.uk/STATBASE/Product.asp?vlnk=1607>
6. <http://www.philology.ru>

Тарарай Олеся Миколаївна,
Національний університет “Острозька академія”

ОСОБЛИВОСТІ МІКРО- ТА МАКРОСТРУКТУРИ ДВОМОВНОГО СЛОВНИКА

У статті дається коротка характеристика двомовного словника, виокремлюються його основні функції, а також описується мікро- та макроструктура за прикладом конкретних словників.

Ключові слова: мікро- та макроструктура, двомовний словник.

This article deals with the brief characteristics of a bilingual dictionary, its main functions, its micro- and macrostructure based on the analysis of certain dictionaries.

Key words: micro- and macrostructure, bilingual dictionary.

В інтегративних умовах сьогодення двомовна лексикографія та її безпосередній продукт – двомовний словник набувають все більшої актуальності. Соціально зумовлена взаємодія мов прямопропорційна міжнародним освітньо-обмінним програмам, зростаючій необхідності в перекладачах, інформаційних агенствах, телекомунікаціях, глобальній мережі інтернет. Мовленнєва взаємодія вимагає активного втручання з боку двомовної та багатомовної лексикографії.

Постановка проблеми. Стан сучасної двомовної лексикографії потребує двомовних словників активного типу. Попит обумовлений дією таких факторів як інформаційний “вибух”, розширення контактів в гуманітарних сферах, функціонуванням деяких мов як засобу міжнаціонального спілкування та наукового опису. Зростає соціальна значимість двомовних словників, адже вони не тільки фіксують сукупність знань, якими володіє суспільство в дану епоху, але й слугують інструментом сучасного наукового пізнання. **Цим і зумовлена актуальність обраної теми.**

Мета і завдання дослідження. Мета даної роботи полягає у визначенні особливостей мікро– та макроструктури двомовного словника.

Відповідно до мети роботи поставлено та вирішено такі завдання:

- проаналізувати існуючі підходи науковців до основних характеристик двомовного словника, його типів та функцій;
- дослідити загальні принципи мікроструктури та макроструктури двомовного словника.

Об’єктом дослідження є двомовні англо-українські словники.

Предметом дослідження є мікро– та макроструктурні характеристики двомовних словників.

Р. Р. К. Хартманн у своєму словнику англomовної термінології двомовним словником (bilingual dictionary) називає тип словника, який співвідносить вокабуляр двох мов через представлення перекладного еквіваленту. Англійська лексикографія bilingual dictionary поділяє на bidirectional (переклад здійснюється в двох напрямках) та monodirectional (однонаправленість перекладу); active (словник використовується при перекладі текстів з однієї мови на іншу) або passive (з метою зрозуміти іншомовний текст). Залежно від лексики, яка є предметом опису, В. П. Берков розрізняє двомовні словники загальної та спеціальної лексики. Л. П. Ступін виділяє три основні функції двомовного словника: інтерпретаційна (залежно від рівня володіння мовою можна зрозуміти зміст іноземного тексту), репродукційна (шляхом перекладу здійснюється передача тексту співрозмовникові), перекладна (творча передача іноземного тексту, в якому домінує детальна семантизація).

Макроструктура двомовного словника – це формування словника, визначення типу його композиції і характеру окремих частин, встановлення порядку розташування заголовних одиниць. Вона відображає загальний задум, визначає принципи викладу матеріалу залежно від призначених для користувача запитів. Дослідивши макроструктуру Англо-українського словника загальної лексики за ред. Н. Яцка та Англо-українського словника військової справи за ред. М. Марченка, ми з’ясували, що макроструктура Англо-українського словника загальної лексики містить: власне словник, вступ, передмову, граматичну довідку, список скорочень, список джерел. Макроструктура Англо-українського словника військової справи включає все вищеперераховане, окрім граматичної довідки. Аналізуючи мікроструктуру цих словників, ми з’ясували, що вона вирішує

питання, пов'язані з інтерпретацією заголовних одиниць в словникових статтях; враховує запити користувачів на рівні лексичної одиниці, яка є об'єктом розгляду. Мікроструктура обох досліджуваних словників складається з: заголовкового слова, граматичної інформації та перекладу.

Висновки. Визначення двомовного словника як самостійної праці, центральним елементом якої є розташована на зовнішньому носії та впорядкована з метою спрощення система знаків, призначена для несутільного читання і супроводжується лаконічним набором відомостей, які мають на меті допомогти користувачам в інтерпретації, вживанні або заміні описуваних знаків, дозволило нам виділити двомовні словники серед інших типів довідкових видань, а також окреслити коло основних проєктованих мікро- та макроструктур цих параметрів словника.

Література:

1. Берков В. П. Двухязычная лексикография / В. П. Берков. – С-Петербург: СПУ, 1996. – 248 с.
2. Демська О. М. Вступ до лексикографії / О. М. Демська – К. : Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2004. – 268 с.
3. Коцюк Л. М. До проблеми впорядкування термінів лексикографії: назви словників, що здійснюють лексикографічний опис декількох мов і зв'язків між ними / Л. М. Коцюк // Наукові записки. Серія Філологічна. – Острог: Видавництво НаУ "Острозька академія". – Вип. 20. – 2011. – С. 237-244.
4. Англо-український словник військової справи [уклад. М. Марченко та інші]. – Х.; К. І. С., 2006. – 138 с.
5. Англо-український словник загальної лексики [уклад. Н. Яцко та інші]. – К. :, 2007. – 219 с.

*Тимченко Мирослава Олександрівна,
Національний університет "Острозька академія"*

ВИРАЖЕННЯ КОГНІТИВНИХ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МОВІ ЗМІ

Стаття розглядає засоби вираження мови, поведінки та дій чоловіків та жінок, представлений у ЗМІ, виокремлює причини створення гендерних стереотипів.

Ключові слова: гендерний стереотип.

The article considers the means of expression of language, behavior and actions of men and women depicted in media, distinguishes the main reasons for creation of gender stereotypes.

Keywords: gender stereotype.

Гендерні стереотипи часто діють як соціальні норми. Нормативний та інформаційний опір змушує нас підкорятися гендерним нормам.

Актуальність проблеми взаємовідносин чоловіків та жінок у сучасному суспільстві, а саме у ЗМІ й досі залишається не повністю розглянутою та такою, що потребує подальшого вивчення, адже мова та поведінка обох статей у ЗМІ є досить специфічною та відображає певні тенденції та особливості у тій чи іншій країні.

Мета: Розглянути вираження мови, поведінки та дій чоловіка та жінки у ЗМІ, показати їхні основні відмінності та вказати на основні причини створення гендерних стереотипів і їх наслідки.

Гербнер і Гросс приписують телебаченню унікальну можливість змінювати фундаментальні уявлення про природу соціальної реальності. Воно володіє цим даром завдяки тому, що не тільки відображає статус кво, але й багатократно перебільшує існуючі тенденції, телевізійні образи здаються реальними, а людям доступне широке використання телебачення та можливість вибору. Альберт Бандура висловив ідею, що телебачення може повністю конкурувати з батьками та вчителями в якості джерела рольових моделей для наслідування. Дослідження показали, що засоби масової інформації дуже

важливі в гендерно-рольовій соціалізації, а аналіз інформації, що надходить до людей по телевізійних каналах, продемонстрував, що телебачення створює стереотипні, традиційні образи чоловіків і жінок [3;45].

Сіньюореллі провів аналіз тижневих виборок телевізійних програм, які займали в ефірі кращий час в період з 1969 по 1985 роки, та виявив, що 71% людей, які появлялися на екрані, та 69% головних героїв – були чоловіками. Аналіз тенденцій виявив лише незначні зміни в цих пропорціях за 16-літній період. Жінки на телебаченні виглядали в середньому молодше, ніж чоловіки, володіли більш привабливою зовнішністю та м'яким характером; їх показували в контексті романтичних інтересів, будинку, сім'ї; вони ж частіше за все виявлялися в ролі жертви. З 10 заміжніх героїнь лише 3 мали яку-небудь роботу за межами будинку (в реальному житті працює більше половини заміжніх жінок), і навіть якщо жінки працювали, то їм, як правило, відводились традиційні жіночі заняття. Чоловіки ж не лише значно частіше появлялися на екрані, але й мали поважну в суспільстві професію (адвокат, лікар) або появлялись суто в чоловічій сфері діяльності, наприклад поліцейським. [8; 348] Аtkін та його колеги вичерпнута шляхом проаналізували та описали 555 телевізійних персонажей. Щодо жіночих ролей у висновку говориться наступне: "Переважає більшість відображає чоловічі фантазії про напіводягнуту жінку, яку необхідно врятувати". [2; 679]

Вандеберг та Штрекфусс провели аналіз 116-ти телевізійних програм, які за 2 тижні транслювались в кращий ефірний час по одному з трьох найвизначніших американських телеканалів. За їх підрахунками, в жодній з цих програм співвідношення чоловічих та жіночих ролей не перевищувало 2:1 (тобто 65% чоловіків та 35 % жінок). При цьому жінок, які працюють намагаються значно рідше відображати тоді, коли вони приймають рішення, виконують соціально та економічно результативну роботу. Більше того, дослідники відмітили, що телевізійні героїні, які займають керівні посади високого рівня, як правило, успадкували їх від своїх чоловіків або родичів. Не дивлячись на те, що чоловіки набагато частіше появляються на телеекранах і при цьому їх показують набагато сильнішими особистостями порівняно з жінками, образи чоловіків також потребують взірця для наслідування. Вандеберг та Штрекфусс замітили, що чоловіків частіше зображають жорсткими егоцентричними, налаштованими

на агресію та суперництво. Нарешті, негативними персонажами зазвичай зображають чоловіків, тоді як жінок намагаються показати чуткими та добросердечними.

Девіс провів аналіз всіх телевізійних програм, які вийшли в ефір весною 1987 р. Він нарахував значно більше чоловічих персонажей, ніж жіночих (65% проти 35%). Крім того, було виявлено, що дорослі жінки в цілому значно молодші, ніж дорослі чоловіки (приблизно на 10 років), що жінка має в 4 рази більше шансів виявитися блондинкою, ніж чоловік блондином, і нарешті, жінки в 4 рази частіше виявляються провокаційно одягнутими, ніж персонажі чоловічої статі [5; 43].

Література:

1. Atkin, O. J., Moorman, J., & Linn, C. A. (1991). Ready for prime-time: Network series devoted to working women in the 1980's. *Sex Roles*, 25, 677-685.
2. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
3. Burn, S. M., & Laver, G. D. (1994). Normative and informational pressure in conformity to the male role: Males', females', and friends' masculinity ideologies. *Papers submitted for publication*.
4. Davis, S. (1990). Men as success objects and women as sex objects: A study of personal advertisements. *Sex Roles*, 23, 43-51.
5. Signorielli N. (1989). Television and conceptions about sex roles: Maintaining conventionality and the status quo. *Sex Roles*, 21, 341-360.

Ткаченко Вікторія В'ячеславівна,
Сумський державний університет

ЗВЕРТАННЯ В РОДИННОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглядаються способи номінації близьких родичів при звертанні.

Ключові слова: звертання, родинний дискурс.

The article deals with the modes of nomination of close relatives.

Keywords: address, family discourse.

Звертання – інтонаційно виділене в реченні слово або сполучення слів, якими називається істота або персоніфікований предмет, кому адресується мовлення в усній або писемній формі [1:225].

Однією з груп звертань є форми, пов'язані з родинними стосунками.

У родинному дискурсі звертання “father” (до батька) може залишатися або в цій формі, або в таких розмовних варіантах, як *dad, daddy, pa, papa* [2:211]. Наприклад: *Don't worry, Dad, we will pull through all right* (D. Maurier). *You were in prison? Daddy? What do you mean, Daddy?* (S. Kinsella)

У звертання “mother” (до матері) також є розмовні форми: *ma, mam, mum, mamma, mummy* [2:211]. Наприклад: *No, Mamma, it's all here: potted meat, biscuits, tinned sardines, and tobacco* (D. Maurier). *Mother, please, don't make a scene!* (D. Maurier)

Звертання “son” (до сина) більш характерне для дискурсу батьків, наприклад: *Oh, dear son, what is it? Something happened?* (D. Maurier), у той час як звертання “daughter” (до дочки) наразі рідко вживається ними. До кузини часто звертаються за допомогою слова “cousin”, наприклад: *But look here, cousins, there must be some mistakes!* (D. Maurier), до племінника – “nephew”, наприклад: *Well, nephew, I heard you were back again and wondered whether you drop in and seem for old time's sake* (D. Maurier).

До дітей адресують слова “child, children”. Наприклад: *Think, child, think! I will not hasten you, nor worry you* (D. Maurier). *Now,*

children, I want you all to sit up just as straight and pretty as you can and give me all your attention for a minute or two (M. Twain).

Розмовляючи з дітьми, використовують домашні прізвиська або пестливі слова [2:210], наприклад: *Darling, now don't worry! Sweetie, you look freaked! Baby, you want to see your mother?* (M. Twain)

До старших членів сім'ї (до дідуся, бабусі) діти традиційно адресують звертання *grandpa, granddad, grandma, granny*. Наприклад: *Grandfather, you were proud of her, I guess!* (D. Maurier)

Останні ж у розмові з онуками використовують імена, замість таких слів, як *grandson, granddaughter*.

Дискурс звертання до інших близьких родичів включають одиниці *uncle, aunt, auntie*, наприклад: *May I go and play now, Aunt?* (M. Twain) *Oh, please, auntie, don't pull it out. I don't hurt anymore. I wish I may never stir it does. Please don't, auntie* (M. Twain). Іноді вони поєднуються з іменами: *If there is a God above, you will be punished for this one day, Uncle Philip!* (D. Maurier)

Дискурс звертання у спілкуванні чоловіка й дружини може бути представлений іменами, пестливими прізвиськами або пестливими словами [3:120], наприклад: *You are so beautiful, darling!, My dear Jocelyn, should I ever wish to be rid of your presence, you will be left in no doubt to fit whatsoever* (Ashley). Особливе місце посідають одиниці “wife”, “husband”, наприклад: *Eric, my dear husband, I'll love you, but not today* (S. Kinsella).

У родинному дискурсі замість звертань “brother”, “sister” вживаються імена брата і сестри.

Отже, звертання – це елемент мовного етикету, який передусім сигналізує про соціальні стосунки, що встановлюються в межах комунікативного акту. Воно відіграє важливу роль як у родинній комунікації, так і в інших сферах повсякденного життя.

Примітка:

1. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. Бусел В. Т. – К., Ірпін: ВТФ “Перун”, 2002. – 1440 с.

2. Козлова В. В. Особливості організації звертання в англомовному парентальному діалогічному дискурсі // Філологічні науки. Збірник наукових праць. – Суми: СумДПУ, 2007. – С. 206-213.

3. Кучеренко І. К. Локатив як виразник функціонуючого члена речення і так зване звертання // Актуальні проблеми граматики. – Львів, 2003. – С. 114-127.

Товарков Олександр Олександрович,
Національний університет “Острозька академія”

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕКСТУ ЯК МОВНОЇ КАТЕГОРІЇ

Ключові слова: *текст, електронний текст, нелітературний текст, твір, дані, текстові дані, інформація, текстовий файл, текстовий формат, кодування, кодова сторінка, керуючі символи.*

Ми живемо у постіндустріальному суспільстві, якому все частіше додають означення, чи навіть нового визначення, – “інформаційне”. Інформація стала одним із найцінніших об’єктів людських взаємовідносин і вирішальним фактором нашого існування, зокрема французький соціолог А. Турен стверджує, що в сучасному суспільстві соціальна стратифікація відбувається не за ставленням до власності, не за престижем, владою, етносом, а за доступом до інформації. Тому не дивно, що актуальними дисциплінами сьогодні є теорія інформації, кібернетика, когнітивістика, семіотика, психолінгвістика. Змінилось і розуміння мовознавчої науки. Лінгвістика збагатилась новими ідеями, методиками, з’явилося багато нових течій, що поєднують здобутки мовознавства та інших наук. Такий інтегративний підхід дає можливість досліджувати мовний матеріал на якісно новому рівні.

Майже усі предмети, створені людиною, містять текст (написи, позначки, маркування, дата і місце виготовлення, строк придатності), ми живемо в інформаційному суспільстві, яке просто не може існувати без інформації і текст є одним із найзручніших та найбільш універсальних засобів передачі інформації. За останнє сторіччя текст, торуючи шлях у різних сферах людської діяльності, під впливом багатьох різних чинників зазнав змін, набув нових властивостей та функцій, що дозволяє говорити про еволюцію тексту.

Як об’єктом досліджень вчені почали цікавитись текстом на початку ХХст., вагомий внесок у розвиток теорії тексту зробили О. О.

Потебня, М. М. Бахтін, І. Р. Гальперін, Л. В. Щерба, В. В. Виноградов, Н. Д. Арутюнова. А проблеми художнього сприйняття творів мистецтва слова досліджували вчені О. С. Кубрякова, Ю. С. Степанов, Ю. Н. Караулов, Р. М. Фрумкіна, Т. В. Булигіна в російсько-українській лінгвістиці, та Ж. Факоньє, М. Тернер, Дж. Лакофф і М. Джонсон в зарубіжній (англомовній) лінгвістиці.

Актуальність нашого дослідження пояснюється посиленою інформатизацією сучасного життя, в якому текст як універсальний засіб передачі інформації відіграє ключову роль. На перший погляд може здатись, що наша робота більше навіть стосується теорії інформації, але це не зовсім так. Ми обрали об’єктом нашого дослідження саме текст, тому що філолог, вивчаючи мову, дуже часто працює саме з текстом, нехай то літературознавець, лінгвіст, перекладач – фахівець філологічного спрямування в основному працює з текстом, а оскільки нас цікавить практичний, прагматичний аспект вивчення мови, тому не дивно, що ми обрали об’єктом вивчення текст. Адже текст є середовищем, завдяки якому відбувається комунікація (людина-людина, людина-машина), а також засобом обробки та зберігання інформації. На нашу думку, сучасний філолог в час, коли активно розвивається прикладна та комп’ютерна лінгвістика, і коли тотальна інформатизація диктує потребу вмілого користування інформацією та даними, просто зобов’язаний хоча б мати уявлення про електронний текст.

Метою нашої наукової роботи є дослідження еволюції тексту в період від поч. ХХ ст. і до сьогодні, з’ясування причин і наслідків, та здійснення аргументації цього процесу. Досягнення поставленої мети передбачає виконання кола завдань: дослідження етимології слова текст та експлікації цього поняття; визначення місця тексту в сучасному інформаційному процесі; аналіз літературного друкованого та електронного текстів та порівняння їх особливостей. Актуальність нашого дослідження пояснюється посиленою інформатизацією сучасного життя, в якому текст як універсальний засіб передачі інформації відіграє ключову роль, а інтегративний підхід у наукових дослідженнях сприяє появі таких дисциплін, як прикладна та комп’ютерна лінгвістика. Новизна роботи полягає в тому, що ми розглядаємо трансформацію тексту як явища суто мовного в явище науки про інформацію, подаємо дещо нове тлумачення поняття текст, порівнюємо літературний друкований текст із електронним

текстом, даємо власну класифікацію різновидів тексту. Матеріалом дослідження став літературний текст (текст пісні К. Тейлора “Крізь скло” та електронний текст (HTML-код, RTF-код), а також інші зразки нелітературного тексту. Об’єктом дослідження виступає еволюція тексту. Предметом дослідження є текст в сучасному інформаційному процесі. Основним методом дослідження є описовий метод, метод комплексного аналізу, метод порівняння. Наше дослідження має першочергову практичну й теоретичну цінність для мовознавців та усіх, хто цікавиться текстом. Особлива увага приділяється дослідженню електронного тексту як незалежного різновиду тексту та виявленню його особливостей. Наукова робота складається зі вступу, основної частини, яка охоплює три розділи (теоретичні та практичний), висновків, списку використаних джерел.

*Тусик Надія Миколаївна,
Національний університет “Острозька академія”*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ЯВИЩА ЕНАНТІОСЕМІЇ У ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті наведено групи видів фразеологічної енантіосемії, виділені залежно від різних критеріїв та ситуацій, що лежать в основі осмислення фразеологічного образу.

Ключові слова: енантіосемія, фразеологічна енантіосемія.

The article provides the groups of phraseological enantiosemy types that are distinguished depending on different criteria or situations that predetermine the comprehension of the phraseological image.

Keywords: enantiosemya, phraseological enantiosemya.

Характерною особливістю енантіосемії (явища, для якого притаманна наявність протилежних значень в одній одиниці) є те, що вона поширюється не тільки на лексичні одиниці, але і на фразеологізми, таким чином формуючи так звану фразеологічну енантіосемію. У цьому випадку не лише одне слово має протилежні значення, а й ціле словосполучення – фразеологізм. Вивчення протилежності значень словосполучень є актуальним, оскільки досі вченими не розроблено системного підходу у дослідженні цього питання.

Фразеологізми вважаються більш “сприятливими” для розвитку енантіосемії у їх семантичній структурі. Це пояснюється специфічною природою їх знакової функції, яка виступає як результат вторинної номінації, заснованої на різноманітних переосмисленнях внутрішньої форми. Вони характеризуються такими особливостями значення як ситуативність, дифузність та експресивне забарвлення [2].

Фразеологічна енантіосемія являє собою досить цікаве і в той же час складне явище. Так само як і лексична вона має свої різновиди залежно від певних критеріїв:

– за джерелами утворення: антифразиз, який поділяється на

два підвиди: іронія (завищення оцінки предмета чи явища з метою їх приниження) та мейозиз (заниження оцінки з метою звернення уваги на хорошу ознаку предмета чи явища); факт усвідомлення ситуації по-різному (різними шляхами можуть розумітися ознаки, причини ситуації, а також її наслідки та можливий вплив на інші обставини); енантіосемія слів-компонентів, що впливає на весь фразеологізм (якщо слово має протилежні значення, тобто випадок лексичної енантіосемії, і воно входить до складу словосполучення, то це словосполучення може мати протилежні значення, тобто бути фразеологічним енантіосемізмом) [4];

– *за характером полярних сем*: номінативний (основою для виокремлення цього виду служить різноманітна предметно-логічна співвідносність значень фразеологічних енантіосемізмів) та емоційно-оцінний види енантіосемії (характеризуються протиставленням конотативного компонента на основі емоцій, почуттів, оцінки ситуації) [3];

– *за характером співвідношення антонімічних емоційно-оцінних компонентів*: фразеологізми з відокремленою енантіосемією (до цього типу відносяться багатозначні (частіше двозначні) фразеологічні одиниці, значення яких характеризуються чіткою емоційно-оцінною протиставленістю) та з невідокремленою енантіосемією (цю групу складають фразеологічні одиниці, що характеризуються емоційною або оцінною дифузністю, потенційною можливістю реалізувати різну емотивність) [1];

– *залежно від диференціації значення*: граматично чи стилістично диференційовані (обидва значення продовжують співіснувати у семантичній структурі багатозначних фразеологізмів) та недиференційовані значення (спостерігається руйнування семантичної структури енантіосемічних фразеологічних одиниць такими факторами як: фразеологічна одиниця в одному із значень рідко вживається в мові; фразеологічна одиниця в одному із значень взагалі не вживається в мові).

Отож, фразеологічна енантіосемія пов'язана зі специфікою фразеологічного знака. Вона спостерігається при утворенні самого фразеологічного сполучення, а саме коли відбувається іронічне переосмислення буквального значення словосполучень, що призводить до утворення фразеологізмів. Також з нею пов'язане формування протилежних значень однієї ідіоми, що відбувається під час застосування різних підходів до усвідомлення ситуації, яка лежить в основі фразеологічного образу.

Література:

1. Мальцев В. А. До питання виявлення емоційної лексики в англійській мові. – Сб. "Питання лексикології і граматики іноземних мов". Мінськ, 1963, с. 22.
2. Вознесенская М. М. Энантисемия в русской фразеологии [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://www.dialog-21.ru>.
3. Кравцова В. Ю. Энантисемия лексических и фразеологических единиц: язык и речь [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://www.lib.ua-ru.net>.
4. Тихонова О. Явище фразеологічної енантіосемії [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://www.sinologist.com.ua>.

*Тусь Наталія Миколаївна,
Національний університет "Острозька академія"*

КЛЮЧОВІ ЛІНГВІСТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ГРАМАТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ПРАЦЯХ

У статті розглядаються особливості використання граматичної інформації у лексикографічних носіях, а також визначається місце і роль граматики у процесі оволодіння різними видами мовленнєвої діяльності.

Ключові слова: лексикографічний, інтерференція, граматичний аспект.

This article deals with the peculiarities of the grammatical information usage in the lexicography, the determination of the place and role of grammar in the different speech activities mastering.

Key words: lexicographical, interference, grammatical aspect.

Складові частини мовної системи у зв'язку з певними об'єктивними чинниками з часом трансформуються. У тому числі виокремлюється й найбільш стійка інформація щодо змін граматичної будови. В сучасній англійській мові під впливом різних міжваріантних та міжмовних контактів створюються умови для широкої граматичної інтерференції. [1] Зважаючи на практичні та нормативні потреби мовного атрибуту, граматика широко використовується в лексикографічних носіях англійської мови.

Постановка проблеми. Незважаючи на достатню кількість і високу інтенсивність досліджень у сфері англійської граматики та лексикографії загалом, на сьогоднішній день тема не достатньо опрацьована і потребує практичної розробки в контексті аналізу англомовних словників.

Мета і завдання дослідження. Мета даної роботи полягає у визначенні особливостей використання граматичної інформації у лексикографічних носіях.

Відповідно до мети роботи поставлено та вирішено такі завдання:
– визначити місце і роль граматики у процесі оволодіння різними видами мовленнєвої діяльності;

– порівняти використання граматики у словниках англійської мови.

Об'єктом дослідження є граматична інформація в словниках англійської мови.

Предметом дослідження є лексикографічні носії англійської мови.

Дослідивши місце і роль граматики у процесі оволодіння різними видами мовленнєвої діяльності, ми з'ясували, що для здійснення граматичних досліджень використовують структурні і функціональні підходи, згідно яких було доведено, що граматика позиціонує в словниках на основі практичних і нормативних потреб і вимагає дотримання норм, які є загальноприйнятими і потребують тверезого втілення в мовне середовище. [2] Короткий виклад ключового граматичного матеріалу у лексикографічній сфері забезпечує правильність вживання слів і словосполучень у мовленні.

Для легкого і доступного вивчення слів в англійській мові не існує чітких формул, проте наявність граматичних норм та правил допомагає мовцеві не лише орієнтуватися в певній мовній ситуації але і бути учасником мовних переговорів. Зважаючи на інтенсивність використання граматики в словниках англійської мови, мовець може легко покластися на її структурні підходи, оскільки без граматичних аспектів слова не мають значення. В даному контексті надзвичайно важливо зрозуміти, яка саме граматична інформація є ключовою та корисною для того, щоб легко вивчати слова.

Більшу варіативність щодо використання граматики і її змін у словниках англійської мови можна простежити безпосередньо у відповідних лексикографічних носіях, в яких виокремлено граматичні структури і явища. Для порівняльного аналізу за основу ми взяли такі словники як: "Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (6th edition)", "Nova Knyha For Advanced Learners", "Nova Knyha Dictionary Usage English-Ukrainian", "The BBI Combinatory Dictionary of English, 1986". Таким чином, зважаючи на порівняльну характеристику, ми прослідкували чітку картину стислого опису граматичних парадигм, лексичних сполучень слів. Беручи до уваги структуру укладання кожного з цих словників, варто

зазначити, що чіткі варіанти граматичної інформації вживаються таким чином, що людина, яка використовує словник, знаходить адекватні та оптимальні граматичні форми.

Висновки. При визначенні основних напрямків вдосконалення вивчення слів за рахунок освоєння відповідної граматичної інформації було виявлено, що усвідомлення та розуміння базових правил граматики дозволяє досягнути автоматизму в запам'ятовуванні слів, адже на сьогоднішній день, структура словника базується не лише на описі лексичних одиниць, але і на чіткій їх взаємодії з граматичною інформацією.

Література:

1. Слободинська Т. С. Функціональна граматики в контексті системних міждисциплінарних досліджень мовленнєвої комунікації. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Npchdu/Philology.Linguistics/2009_92/92-23.pdf
2. Штелинг Д. А. Грамматическая семантика английского языка (Фактор человека в языке) / Д. А. Штелинг. – М., 1996. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vlnu/Fil/2008_45/14.%20Lutsan.pdf
3. Benson M., Benson E., Ilton R. The BBI Combinatory Dictionary of English – Moscow – 286 p.
4. Nova Knyha Dictionary Usage English-Ukrainian // Гороть Є. М., Коцюк Л. М., Маліман М. М., Павлюк А. Б.
5. Nova Knyha For Advanced Learners // Белов С. Р., Горев Є. І.
6. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (6th edition)

Федірко Оксана Дмитрівна,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ФУНКЦІОНУВАННЯ ДІЄСЛІВ МОВЛЕННЯ В РОЗМОВНОМУ ТА ГАЗЕТНОМУ СТИЛЯХ

Метою статті є дослідити функціонування дієслів мовлення у розмовному та газетному стилях, а також здійснити класифікацію дієслів, залежно від аспекту, який вони представляють.

Ключові слова: *розмовний стиль, газетний стиль, дескриптивні дієслова.*

The main goal of the article is to study functioning of verbs in colloquial and newspaper style. The article also classifies verbs, according to the aspects they present.

Key words: *colloquial style, newspaper style, descriptive verbs.*

Метою роботи є дослідження функціонування дієслів мовлення у розмовному та газетному стилях. Матеріалом дослідження були дієслова мовлення вибрані методом суцільної вибірки із розмовного стилю Британського національного корпусу та газет "Guardian", "New York Times" за період вересня-листопада 2010 року такого ж обсягу. Дієслова мовлення – це особлива група дієслів, які відображають повідомлення та вводять в текст комунікативні акти. Семантика дієслів мовлення викликає значний інтерес тому, що денотатом є найважливіша складова мовленнєвої діяльності – мовленнєвий акт.

Як зазначає А. Кероп'ян, думка про те, що дієслова мовлення позначають мовленнєвий акт, дозволяє зробити наступні висновки: 1) слово повинно містити у своїй лексико-семантичній структурі компонент "вимова людиною членороздільних звуків"; 2) слід звернути особливу увагу на того, мовця і слухача; 3) слід брати до уваги і зміст повідомлення; 4) оскільки будь-яка взаємодія людей має певну мету, то очевидно, що суб'єкт мовлення прагне досягти певного результату, вимовляючи репліку [2].

Дієслова мовлення поділяються на декілька груп, в залежності від того, який аспект позначають. Це нейтральні дієслова, особливості яких є те, що вони не означають конкретний мовленнєвий акт. Ці дієслова становлять ядро ЛСП. Ядерні дієслова можуть означати будь-яку мовленнєву дію: звертання, запитання, відповідь, запрошення, тощо: *say, utter, pronounce, voice* та ін.

Наступна група – це дескриптивні дієслова, які описують процес вимови слів. Вони вказують на манеру мовленнєвої поведінки суб'єкта (*mumble*), спосіб здійснення мовленнєвої дії (*prattle*), іноді на модальні та експресивні відтінки значень (*mutter*). Прямим значенням дескриптивних дієслів є звуки, що видають тварини, природні явища, чи здійснення механічних дій.

Конкретизуючі дієслова уточнюють комунікативний намір суб'єкта говоріння та зміст репліки. Ці дієслова поділяються на 5 розрядів: дієслова спілкування (*talk, argue*); дієслова повідомлення (*inform, boast*); дієслова волевиявлення (*agree, refuse*); дієслова емоційного впливу (*praise, chastise*); дієслова мовного етикету (*greet, thank*).

Таблиця 1. Частотність дієслів мовлення у розмовному та газетному стилях англійської мови:

слово	розмовний стиль	газетний стиль	разом
say	799	375	1174
tell	180	61	241
talk	44	9	53
speak	22	21	43
add	7	18	25
claim	2	15	17
mention	9	6	15
declare	1	11	12
announce	0	8	8
suggest	0	5	5
admit	3	1	4
reply	0	3	3

Давши коротку характеристику дієсловам мовлення, ми можемо охарактеризувати подану вище таблицю. Розрахунки показують, що в розмовному стилі ядерні дієслова мовлення вживаються набагато частіше, як у газетному. Можна зробити висновок, що це зумовлено особливостями даного стилю. Розмовним стилем люди користуються в усіх сферах життя: у побуті, у сім'ї, на виробництві. Основне призначення цього стилю – бути засобом впливу й невимушеного спілкування, жвавого обміну думками, судженнями, оцінками, почуттями, з'ясування виробничих і побутових стосунків.

Лексику розмовного стилю представлено великою кількістю експресивних та емоційно-забарвлених слів. Розмовне мовлення здебільш спонтанне, непередбачене, тому його компонентами є позамовні елементи: міміка, жести, поширена ситуація. Наприклад:

He says to me he says to me he's, I've been two or three time while he been int garden he says every time you come in here you lock your car, he says why you're only int garden, I says well I've lived round here for a lot of years [KB1 148].

В газетному стилі частота вживання ядерних дієслів мовлення значно менша, як у розмовному, проте різноманіття дієслів дещо більше. Газетний стиль належить до тих стилів англійської мови, які мають більш чітку послідовність, проте, лексика газетного стилю має яскраво виражений емоційно-експресивний відтінок, включаючи розмовні, просторічні і навіть жаргонні елементи.

Головними функціями газетного стилю є подання інформації та вплив на читача, його переконання. Наприклад:

*Mendoza hitched a lift from the historic walled city of Intramuros on the bus and then **declared** he was taking the passengers hostage when it reached Jose Rizal park, alongside Manila Bay* [3].

Отже, незважаючи на обмеженість функції, яку виконують дієслова мовлення, без них не може обійтися жоден стиль. Порівнявши частоту вживання цих лексичних одиниць у розмовному та газетному стилях, що мають досить різні особливості та сфери вживання, ми дійшли висновку, що дієслова мовлення є вкрай необхідними для побудови тексту чи бесіди. А вибір певного дієслова мовлення залежить від мети висловлювання та аудиторії, на яку воно спрямоване.

Література:

1. British National Corpus. Oxford: OUP, 2001 – 2 електрон. опт. диски

(CD ROM); 12 см. – Систем. вимоги: Pentium-700; 128 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. – Назва з титул. екрану.

2. Кероп'ян А. Р. Лексико-семантична структура російських та англійських дієслів мовлення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук: 10. 02. 17/А. Р. Кероп'ян. – Донецьк, 2003. – 20 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.ua-gu.net/inode/4208.html>

3. The Guardian, August 23, 2010: 'Gunman killed' as police storm Manila hostage bus. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.guardian.co.uk/>

Федорончук Тетяна Вікторівна,
Національний університет "Острозька академія"

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ГРУПИ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

У статті класифікуються причини запозичень та лінгвістичні явища процесу запозичення.

Ключові слова: запозичення, англіцизм.

This article is aimed to classify the reasons of language borrowings and the linguistic phenomena of the borrowing process.

Key words: borrowing, Anglicism.

Упродовж десятиліть у зв'язку із зростанням ролі США, Великобританії та Канади активізувався процес запозичення англомовних лексичних одиниць в інші мови.

Постановка проблеми. Процеси, що відбуваються в лексико-семантичній системі французької мови у зв'язку з повсякчасним інтенсивним входженням англіцизмів через засоби масової інформації, зокрема періодичні видання, потребують наукового аналізу та узагальнення з метою визначення семантико-прагматичного потенціалу нових запозичень. Цим і зумовлена актуальність обраної теми.

Мета і завдання дослідження. Мета даної роботи полягає у виявленні основних функціональних сфер поширення лексико-семантичних груп нових англомовних запозичень та у визначенні основних чинників, що сприяли запозиченню англіцизмів у французьку мову.

Відповідно до мети роботи поставлено та вирішено такі завдання:

- визначити соціальні та суспільно-історичні передумови та причини поширення англіцизмів у французькій мові;
- здійснити лексико-семантичний аналіз новітніх англіцизмів на прикладі публіцистичних матеріалів;

Об'єктом дослідження є процес запозичення лексичних одиниць з англійської мови в французьку. Предметом дослідження є англомовні запозичення.

Матеріалом дослідження послуговували публіцистичні статті з франкомовного періодичного видання *Le Nouvel Observateur*.

Поява англіцизмів у французькій мові зумовлена низкою екстралінгвістичних і внутрішньолінгвістичних причин. По-перше, в XIX – XX ст., посилюється приплив англіцизмів у французьку мову, зумовлений інтернаціоналізацією науки і техніки, посиленням економічних і культурних зв'язків. Провідна роль англomовних США в галузі економіки й політики, а також експансія американської культури та її пропаганда піднесли престиж англійської мови і спричинили запозичення.

У ряді випадків запозиченню слова сприяють внутрішньолінгвістичні причини: відсутність еквівалентного слова для нового поняття; уникнення полісемії (*cute* – *charmant*, *beau*); використання слова замість описового звороту (*prescription* замість *ordonnance médicale*); тенденція до збільшення експресивності мовлення та його спрощення за рахунок запозичень (*Ok*, *hello*).

Велика кількість запозичень зі сфери побуту спричинена посиленням англо-американського впливу в сфері послуг і товарів. З масовою популяризацією західної культури, зокрема кінематографу та напрямів музичної культури також з'явилося чимало нових запозичень: *music-hall*, *karaoké*, *folk*, *rock* тощо. До сфери економічних відносин відносять запозичення на позначення явищ нової соціально-економічної формації: *management*, *marketing*. Внаслідок стрімкого розвитку комерції та реклами, французька мова поповнилась такими термінами як *vente-réclame*, *slogan*, *agence de publicité* та ін.. Запозичення у сфері комп'ютерних технологій зумовлені стрімким упровадженням новітніх технологій та мають інтернаціональний характер, швидко входять у вжиток і детермінологізуються.

Виявлено, що в процесі запозичення англomовних елементів спостерігаються такі явища, як синонімічна конкуренція, розширення або звуження значення англomовних запозичень, розвиток конотативного значення, невластивого мові-донорові, калькування. Також спостерігаються псевдо-англіцизми (*parking*, *fooding*, *shampooing*) та зворотні англіцизми.

Висновки. У зв'язку із вищесказаним можна відзначити, що англomовні запозичення становлять у французькій мові є динамічним прошарком лексичного складу. З нових запозичень частина відразу входить в ужиток. Це стосується, насамперед, таких сфер, як еконо-

мічно-фінансова діяльність, суспільно-політична лексика, спорт, техніка, культура та мистецтво та побутова лексика. Такий процес зумовлений політичними та соціально-економічними факторами і провідною роллю англomовних держав на міжнародній арені.

Література:

1. Конопатська Я. О. Прагматико-функціональні особливості інтеграції англійських неологізмів у сучасній французькій мові // Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови. – 2003. – Вип. 11. – С. 255-263.
2. Ткаченко О. О. Французька мова на межі тисячоліть // Мовознавство. – №1. – 2002. – С. 16-18.
3. Walter Henriette. La langue français et les mots migrants // Synergies. – Italie №4. – 2008. – 15-21 p.

Ханас Ольга Миколаївна,
Національний університет “Острозька академія”

БІЛІНГВІЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО ВИНИКНЕННЯ ЯВИЩА ПЕРЕМИКАННЯ МОВНОГО КОДУ

У статті розглядається поняття білінгвізму з соціолінгвістичної точки зору. Аналізується категорія перемикавання мовного коду. Білінгвізм вказується як основне джерело виникнення явища перемикавання коду, встановлюється зв'язок між цими явищами.

Ключові поняття: білінгвізм, мовний код, перемикавання мовного коду, соціолінгвістика, мовні контакти.

The article under consideration discusses the notion of bilingualism from sociolinguistic point of view. The category of code-switching is analyzed. Bilingualism is discussed as the main source of code-switching and the connection between these two notions is stated.

Key words: bilingualism, language code, switching of language code, sociolinguistics, language contacts.

Постановка проблеми. Перемикавання мовного коду є актуальним, але малодосліджуваним явищем у соціолінгвістиці. Зв'язок цього поняття із двомовністю вимагає ретельного вивчення та аналізу.

Останнім часом тема багатомовності привертає зростаючу увагу лінгвістики, набуваючи статусу однієї з актуальних проблем.

Мета статті. Метою даної статті є проаналізувати зв'язок між білінгвізмом та перемиканням мовного коду. Постають завдання: проаналізувати білінгвізм як соціолінгвістичне явище; розглянути поняття мовної ситуації та мовного коду; встановити зв'язок між двомовністю та перемиканням коду.

Питання білінгвізму та полілінгвізму постає актуальним на сьогодні завдяки зростаючій глобалізації, інтеграції світового суспільства та збільшенню міжмовних контактів і взаємодії мов у міжкуль-

турному спілкуванні. [3] Білінгвізм є складним та багатограним явищем, яке вивчається в різних аспектах: лінгвістичному, психологічному та соціолінгвістичному.

Найчастіше притаманний людям, які з різних “причин” змушені засвоювати, крім рідної, ще й другу, домінуючу в певному суспільстві, мову такий різновид білінгвізму, як бікультурний. [1] Це може здійснюватися, наприклад, з метою інтеграції в інше культурно-мове середовище. Бікультурний білінгвізм також може спостерігатися у випадку більш-менш повного засвоєння індивідом другої мови з культурно-пізнавальною метою. У будь-якому випадку тут передбачаються високі ступені володіння другою мовою (найчастіше це продуктивний білінгвізм), а також можливість співвідношення як з індивідуальною, так і з масовою двомовністю.

Мовний код – це певні засоби спілкування, якими користується кожне мовне співтовариство – мови, їхні діалекти, жаргони, стилістичні різновиди мови. [4] У лінгвістиці кодом прийнято називати мовні утворення: мова, територіальний або соціальний діалект, міське койне й под. Якщо, наприклад одному мовцеві доводиться по чергову звертатися до інших спочатку однією, а потім іншою мовою, у цій ситуації постає явище перемикавання мовного коду.

Перемикавання кодів, або кодове перемикавання, – це перехід мовця в процесі мовного спілкування з однієї мови (діалекту, стилю) на іншій залежно від умов комунікації. Перемикавання коду може бути викликано, наприклад, зміною адресата, тобто того, до кого звертається мовець. Якщо адресат володіє тільки однією із двох мов, які знає мовець, то останньому, природно, доводиться використати саме цю, знайому адресатові мову, хоча до цього моменту в спілкуванні зі співрозмовниками-білінгвами міг використатися іншою мовою або двома мовами. [6] Перемикавання на відомий співрозмовникові мовний код може відбуватися навіть у тому випадку, якщо змінюється склад тих, що спілкуються: якщо до розмови двох білінгвів приєднується третя людина, що володіє тільки однією із відомих усім трьом мов, то спілкування повинне відбуватися на цій мові. Відмова ж співрозмовників перемкнутися на код, знайомий третьому учасникові комунікації, може розцінюватися як небажання залучити його в тему розмови або як зневага до його комунікативних запитів.

Висновки. Явище перемикавання коду виникає тоді, коли у мовній ситуації наявні носії різних мов, один із мовців володіє кількома

(мінімум двома) мовами, а мовна ситуація вимагає використання кількох мовних кодів. Залежно від сфери спілкування мовець перемикається з одних мовних засобів на інші. Білінгви, тобто люди, що володіють двома (або декількома) мовами, звичайно “розподіляють” використання мовних засобів залежно від умов спілкування. Перемикання коду не може відбуватися в умовах одномовності, це явище виникає лише там, де є двомовність або багатомовність.

Література:

1. Бікова Н. М. Типи мовної поведінки в мультилінгвальній ситуації: дис. канд. філ. наук/ Н. М Бікова – К., 2006. –
2. Велика А. Білінгвізм та диглосія як соціолінгвістичні явища: Наукові записки, серія: філологічні науки Випуск 89 (2) – Одеса: Ун-т ім. І. І. Мечникова, 2008
3. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. – К. :Академія, 1999. – 288 с.
4. Розенцвейг В. Ю. Языковые контакты. Лингвистическая проблематика. – Л. : Наука, 1972. –80с.
5. Шумарова Н. П. Мовна компетенція особистості в ситуації білінгвізму. К. : Вид/ центр КДЛУ, 2000. – 284 с.
6. Muysken P., Bilingual speech: A typology of code-mixing. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. Pp. xvi, 306.
7. <http://www.cambridge.org>

*Харченко Людмила Анатоліївна,
Національний університет “Острозька академія”*

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ У СУЧАСНОМУ РЕКЛАМНОМУ ТЕКСТІ (на матеріалі англомовних журналів для жінок)

У статті розглядається явище маніпулятивного впливу, його риси, структура та характер формування.

Ключові слова: маніпулятивний вплив, маніпулятор, реклама.

The article deals with the phenomenon of manipulative influence, its features, structure and the way of its formation.

Key words: manipulative influence, manipulator, advertisement.

Враховуючи той факт, що для розвитку сучасного суспільства, а саме у другій половині ХХ – початку ХХІ ст.. типовими є динамічний розвиток традиційних засобів масової інформації(преси, телебачення, радіо), та поява нових медіаресурсів, то цілком очевидним є зростання ролі реклами, як невід’ємної частини медіа тексту. Останнім часом стало просто неможливо уявити наше споживацьке суспільство без реклами, а її вплив на свідомість людини стає все більш значущим.

Інтерес лінгвістів до феномена маніпуляції, взагалі, та питання маніпулятивного впливу рекламного дискурсу, зокрема, зумовлений тим, що маніпулятивний вплив здійснюється за допомогою природної мови. Прикладною проблемою залишається визначення чітко окресленого механізму реалізації маніпулятивного впливу рекламного дискурсу. Тому, актуальність статті обумовлена загальним інтересом до пошуку моделей і механізмів мовленнєвого впливу на адресата, а також широким використанням маніпулятивних стратегій сучасними англомовними жіночими журналами з залученням новітніх інформаційних технологій.

Метою статті є :ознайомлення широкого кола читачів з основними маніпулятивними стратегіями і тактиками; повідомлення найроз-

повсюдженіших вербальних і невербальних засобів впливу на свідомість реципієнта в англомовних журналах для жінок. Дослідженням цього питання займалися такі вчені як: Доценко Є. Л., Копніна Г. А., Добросклонська Т. Г., Бикова О. Н., Зірка В. В., Крутько Т. В., Сидоренко Є. В. та інші. Завданнями статті є проаналізувати поняття маніпуляції та визначити засоби і методи її здійснення.

Явище маніпуляції є досить складним соціально-психологічним явищем, видом прихованого комунікативного впливу, мета якого – переконати, не наводячи аргументів, не використовуючи прямих доказів, схилити на свій бік, змусити виконати певну дію, не викликаючи при цьому агресії у реципієнта. Ефективним засобом впливу на свідомість в такому випадку безперечно є вербалізований дискурс – (текст) вербальної комунікації. Є. В. Сидоренко [6], визначає маніпуляцію як – приховане спонукання адресата до переживання певних станів, прийняття рішень чи виконання дій, необхідних для досягнення ініціатором своїх власних цілей.

Маніпулятивний вплив рекламних повідомлень на свідомість людини здійснюється за допомогою мовних засобів. Тому справу маємо уже з явищем мовної маніпуляції, яка за визначенням Г. А. Копніної [4] – є різновидом маніпулятивного впливу, котрий здійснюється шляхом вмілого використання певних мовних ресурсів, з метою прихованого впливу на когнітивну та поведінкову діяльність адресата.

Саме лінгвістичні засоби слугують інструментом маніпулятивного впливу. Вони у поєднанні з позалінгвістичними засобами, певними прийомами організації тексту, структуруванням та подання інформації застосовуються в суспільно-політичних процесах за посередництвом ЗМІ та становлять маніпулятивні стратегії. Крутько Т. В. [5] визначає такий алгоритм – після аналітичної оцінки ситуації, визначення цільової аудиторії реклами, маніпулятор обирає таку стратегію, яка б сприяла досягненню маніпулятивного, а, як наслідок, перлокутивного ефекту рекламного тексту. Обрана стратегія включає маніпулятивні тактики, формальною реалізацією яких є відповідна організація вербальних та невербальних елементів рекламного тексту. Ці елементи підпорядковуються одній меті, та узгоджуючись між собою, утворюють складний, багаторівневий текст, покликаний забезпечити комплексний вплив на адресата. Отже, структура маніпулятивного впливу в рекламному тексті виглядає наступним чином:

Загальнорекламна ціль. Маніпулятивна стратегія. Маніпулятивна тактика. Маніпулятивний прийом. Перлокутивний ефект.

Універсальні рекламні маніпулятивні тактики: 1. Переакцентуація; 2. Заміна цілей; 3. Надягання маски; 4. Трансформація ситуації; 5. Гра мотивом.

Досягнення маніпулятивного ефекту в текстах реклами забезпечується шляхом впливу на емоційну сферу адресата. Цей вплив зумовлюється певною організацією вербальних та невербальних одиниць, які реалізують маніпулятивну тактику. Відомий науковець Зірка В. В. [3] зазначає: “До маніпулятивних компонентів рекламного тексту належать оцінна лексика (оцінні прикметники, іменники, дієслова, прислівники), структурні елементи реклами (слоган, код), стилістичні засоби (метафора, епітет, риторичні запитання, рима, каламбур), гендерна лексика, прецедентні феномени”. І дійсно лексика, що використовується у рекламному тексті теж має свою специфіку. Це, як правило, – конкретні іменники, якісні прикметники, прислівники часу, особисті та присвійні займенники, імперативні форми дієслова. Основною метою цих слів є не лише підкреслити позитивні якості товару, а й створити в уяві покупця певний образ товару. Саме тому, під час створення реклами використовується весь арсенал мовних засобів. Найвагомішу роль у цьому відіграє оцінна лексика, як виразник категоріальної ознаки реклами і значущого маніпулятивного компонента рекламного тексту. В англомовній рекламі жіночих журналів було виявлено досить велику кількість прикметників, що самі по собі оцінними не є, але в конкретній ситуації (у рекламному тексті) одержують оцінні конотації. У самому тексті такі предикати сприймаються як такі, що виражають позитивну оцінку, але ізольованно, поза контекстом, втрачають її.

З метою увиразнення висловлювання у англомовних рекламних текстах використовується різноманітні стилістичні засоби, як лексико-стилістичні так і фонетико-стилістичні. До них належать: алегорія, метафора, порівняння, паралелізм, різні види повторів, алітерація, асонанс, ономатопія, гіпербола, персоніфікація. Завдяки цим засобам рекламний текст набуває графічної та фонетичної довершеності. Реклама стає яскравою, експресивною та вражаючою. Також, відмінною рисою вдалої реклами є гармонічне поєднання основної рекламної ідеї з тими засобами виразності, які даній ідеї найбільше

відповідають. Це виражається, у знаходженні тієї єдиної вірної тональності рекламного звернення, що виділяє його серед інших.

Висновки. Отже, маніпулятивний вплив в сучасному рекламному тексті здійснюється за допомогою маніпулятивних стратегій і тактик, через використання різноманітних мовних засобів. Лінгвістичний розгляд маніпулятивних стратегій і тактик є можливим за умов урахування низки екстралінгвістичних чинників, оскільки вони є невід'ємним складником маніпулятивних процесів у англомовних журналах для жінок. У цілому слід зазначити, що головною метою вербальних та невербальних маніпулятивних стратегій і тактик, які використовуються у жіночих журналах, є формування позитивного чи негативного сприйняття інформації, і як наслідок сприяння виконанню адресатом тих дій, до яких його спонукає адресант.

Література:

1. Добросклонская. Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов. – М., 2000.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М., 1997.
3. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : автореф. дис. канд. філол. наук: 10. 02. 02 / В. В. Зірка; НАН України. Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. – К., 2005. – 32 с.
4. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование. – М. : Флинта: Наука, 2007. – 176 с.
5. Крутько Т. В. Англоговна реклама у віртуальному просторі: автореф. дис. канд. філол. наук: 10. 02. 04 / ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2006.
6. Сидоренко Є. В. Личностное влияние и противостояние чужому влиянию. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.reshma.nov.ru/texts/sidorenko_lichn_vlianie.htm

*Хоменко Олександра Костянтинівна,
Національний університет "Острозька академія"*

ЗАСТОСУВАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ У ВИВЧЕННІ ГРАМАТИКИ

У статті міститься аналіз характеру використання ресурсів Інтернет у процесі вивчення граматики

Ключові слова: Інтернет, граматичне явище, граматичні навички.

The article provides with the analysis of the way to use Internet resources in the process of studying grammar

Key words: Internet, grammatical phenomenon, grammatical skills.

Актуальність використання мережі Інтернет під час вивчення іноземної мови надзвичайно висока. Використання Інтернет-ресурсів надає викладачу можливість покращити навчальний процес, оновити та урізноманітнити методи викладання, підвищити мотивацію студентів до вивчення предмету.

Найпростіше використання мережі Інтернет – це використовувати його як джерело додаткових матеріалів для викладача під час підготовки до занять. В цьому випадку використовується лише частина можливостей Інтернету. Найбільш повно можливості Інтернету розкриваються при використанні його безпосередньо в студентській аудиторії. [2]

Організація Інтернет-завдань зазвичай проходить у три етапи: підготовчий (актуалізація раніше отриманих знань, мотивація й налаштування на подальшу роботу, введення в тему), робота з ресурсами мережі Інтернет, робота в аудиторії поза мережею Інтернет (обмін отриманою інформацією, обговорення того, що студенти дізналися, виконали чи не виконали під час роботи в мережі). [1:21]

Дуже важливою є систематизація і повторення граматичного матеріалу. Для систематизації навчання студенти можуть за допомогою

Інтернету створити власну інтернет-сторінку, де вони можуть записувати граматичні структури та їх граматичні форми у вигляді схем, малюнків і т. д. Завдяки цій сторінці студенти інших міст, країн можуть також наочно навчатися граматиці, висловлювати свою думку, давати оцінку. Така систематизація має наскрізний характер та створює ситуацію постійного накопичення граматичного матеріалу.

Найчастіше Інтернет ресурси використовуються для проходження он-лайн тестів, наприклад вправ на заповнення пропусків, на вибір з ряду форм потрібної форми, на корегування речень. Також є доволі великий вибір сайтів, де міститься як теоретична частина для вивчення граматики, так і практична. Розглянемо деякі з них.

Сайт з вивчення граматики англійської мови English Grammar for You [21] пропонує до уваги детальний курс вивчення граматики, розбитий на теми. Студент, після вивчення з викладачем певної теми, може використовувати його для повторення або ж самостійно вивчати граматичні правила. Це є особливо важливим на початковому етапі формування граматичних навичок. Безумовною перевагою є те, що весь теоретичний матеріал підкріплений інтерактивними вправами на перевірку засвоєння тієї чи іншої граматичної теми. Після короткого теоретичного викладу матеріалу пропонуються або тестові вправи, або вправи на контекстуальне вживання (заповнити пропуски) того чи іншого явища. Цей розділ присвячений суто розвиткові граматичних навичок на практиці через численні вправи, поділені також за темами. На початку кожної вправи подається посилення на короткий довідник, що полегшує роботу користувача і забезпечує певну систематизацію вивченого. Однак недоліком є те, що більшість вправ є одноманітними, і тому з огляду на їх типи, можна зробити висновок про те, що основною метою є формування морфологічних і, набагато меншою мірою, синтаксичних граматичних навичок.

Наступним розглянемо британський Інтернет сайт Guide to Grammar and Writing Grammar [22]. Цей ресурс містить досить обширні теоретичні відомості з граматики англійської мови. При виборі певного граматичного явища система видає розгорнуту довідку-лекцію по ньому. Довідка містить у собі багато теоретичної інформації, підкріпленої таблицями, графічними зображеннями, прикладами та нюансами використання цього явища. Основною ціллю даного ресурсу є не лише забезпечення користувача довідковою

інформацією та розвитку бази граматичних навичок, але і допомога у самоконтролі отриманих знань. Це забезпечується за допомогою спеціальних тестів (quizzes), що містяться в кінці кожної лекції. Тести можуть бути у вигляді звичайних (стандартних) тестів або ж у формі інтерактивних завдань, де користувачу, наприклад, необхідно з уривку класичного твору виділити усі прикметники, або впорядкувати слова у реченні. Кожна лекція містить як мінімум 3 тестових завдань. Розглянувши структуру сайту можна зробити висновок, що він являє собою добре оформлений он-лайн підручник. За методом подання теоретичної інформації видно, що сайт забезпечує в рівній мірі розвиток як морфологічних, так і синтаксичних граматичних навичок. Однак він буде корисним лише користувачам вищих рівнів володіння мовою.

Звісно, немає ідеального інтернет-ресурсу, який задовольняв би всі вимоги, у кожного з них все одно будуть свої як переваги так і недоліки. Тому можна зробити наступний висновок: або потрібно використовувати декілька інтернет-ресурсів одночасно, щоб компенсувати перевагами одного недоліки іншого, або ж для конкретної задачі мати своє конкретне джерело. Незважаючи на те, що на перший погляд другий варіант здається більш складним, це не так: при володінні певними базовими навичками розробки веб-сторінок та програмування (а ці навички викладаються у старших класах школи) можна розробляти прості, але потужні інтернет-ресурси.

Враховуючи усі переваги та недоліки розглянутих веб-сайтів, присвячених вивченню граматики, ми створили власний елементарний приклад розробки веб-ресурсу, що засвідчує простоту та доступність цього методу навчання. Цей ресурс містить у собі декілька граматичних вправ, де необхідно або обрати правильні відповіді, або ж самостійно їх надрукувати, дотримуючись правил правопису. У одній з вправ на граматичний час future simple перед її початком міститься коротка довідка, необхідна для кращого розуміння та виконання завдання. Такі вправи сприяють кращому засвоєнню отриманих навичок та є простим і ефективним способом самоконтролю. В кінці кожної вправи містяться дві кнопки, що дозволяють перевірити виконане завдання (вірні відповіді будуть підсвічені зеленим, невірні – червоним) або ж припинити виконання користувачем вправи та продемонструвати вірні відповіді. На поточному етапі ресурс доволі обмежений у своїй функціональності, але може бути

вдосконалений та розширений. При бажанні можна додати ще вправи, структурувати їх за рівнем складності, області граматики, додати додатковий підрозділ з довідковою інформацією, тощо.

Отож, ми проаналізували декілька інтернет-ресурсів та побачили, що незважаючи на велику різноманітність веб-сайтів присвячених вивченню граматики, усі вони мають як переваги, так і недоліки. Тому ми розробили власний приклад веб-ресурсу, що засвідчує простоту такого методу навчання.

Література:

1. Плугатарьова О. І. Використання Інтернет-контенту під час вивчення іноземної мови (методичний аспект) // Англійська мова та література. – 2011. – №10 (308) – С. 21.
2. Пономаренко Н. Г., Зробок Н. М. Використання мережі Інтернет при вивченні іноземної мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/ponomarenko-n-g-zrobok-n-m-vikoristannya-merezhi-internet-pri-vivchenni-inozemnoyi-movi>.
3. English Grammar for You [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ego4u.com>.
4. Guide to Grammar and Writing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://grammar.ccc.commnet.edu/grammar>.

*Цурукіна Ганна Андріївна,
Національний університет "Острозька академія"*

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ УЧНІВ

Стаття окреслює мету, актуальність та засоби використання інноваційних комп'ютерних технологій для формування мовної компетенції учнів.

Ключові слова: комп'ютерні технології, мовна діяльність, мовна компетенція.

The article defines the aim, topicality and means of innovative computer technologies implementation to form linguistic competence of pupils.

Key words: computer technologies, language activity, language competence.

У зв'язку зі світовими інтеграційними процесами, до яких все більше прилучається Україна, зростає роль іноземних мов, особливо англійської мови, тому науковці і педагоги сьогодення шукають ефективних прийомів, методів та засобів навчання іноземних мов. На переконання багатьох вчених і педагогів-практиків провідну роль у розвитку навичок оволодіння іноземною мовою відіграють технічні засоби слухової, зорової і зорово-слухової наочності.

Як свідчать спостереження, саме на високому педагогічному рівні процес навчання проходить у тих викладачів, які вміло поєднують традиційні і нові засоби у навчанні. Таке сполучення ліквідує шаблонність занять, робить обстановку на них більш цікавою [1:17]. Нові мультимедійні засоби, в яких використовується аудіозоровий формат, надають такі можливості, яких традиційні підручники надати не можуть. Наявність таких засобів дає викладачам можливість планувати такі види діяльності, які вносять елемент зацікавленості в навчальний процес. Вони дозволяють створити активне кероване комунікативне середовище, у якому здійснюється навчання.

Існує безліч комп'ютерних програм, які допомагають вчителю англійської мови і учням під час оволодіння англійською мовою (наприклад, можна використовувати комп'ютерні програми “Triple Play Plus In English”, “English On Holidays”, “English Gold”, тощо). Серед етапів роботи з такими програмами можна виокремити демонстрацію, закріплення, та контроль. Комп'ютерні навчальні програми мають багато переваг на відміну від традиційних методів навчання. Вони дозволяють тренувати різні види мовної діяльності, об'єднувати їх у різні комбінації, допомагають усвідомити мовні явища, сформулювати лінгвістичні здібності, створити комунікативні ситуації, автоматизувати мовні та мовленнєві дії, а також забезпечують можливість обліку ведучої репрезентативної системи, реалізацію індивідуального підходу й інтенсифікацію самостійної роботи учня [4:1].

Основною метою вивчення іноземної мови в середній школі – формування комунікативної компетенції, всі інші цілі (освітня, виховна, розвиваюча) реалізуються в процесі здійснення цієї головної мети. Комунікативний підхід викладання іноземній мові передбачає навчання спілкуванню і формування здатності до міжкультурної взаємодії, що є основою функціонування одного з найбільш революційних досягнень за останні десятиліття, яке значно вплинуло на освітній процес у всьому світі [6:3]. Мова йдеться про створення всесвітньої комп'ютерної мережі, що отримала назву Інтернет, що буквально означає “міжнародна мережа” (від англ. *international network*) [5:1]. Використання кібернетичного простору для навчальних потреб є абсолютно новим напрямком загальної дидактики і приватної методики, оскільки зміни, що відбулися, торкаються всіх сторін навчального процесу, починаючи від вибору прийомів і стилю роботи, та закінчуючи зміною вимог до академічного рівня учнів [9].

Щоб підтвердити теорію на практиці, ми провели дослідно-експериментальну роботу за темою “Підвищення мотивації вивчення іноземної мови серед учнів шляхом використання нових інформаційних технологій”, метою якої було виявити, чи є ефективним використання даних технологій в освітньому процесі. Після серії проведених занять із використанням комп'ютерних програм та технологій, можна виокремити декілька позитивних змін: учні прагнули прийти на урок, активно цікавилися, чи будуть ще проводитися заняття подібного роду, тобто, відбувся зсув акцентів з мотиву отримання оцінки на мотив отримання знань і на мотив спілкування.

Як показує досвід інших країн, таких як США, Німеччина, Польща, Болгарія, Чехія, Росія, використання комп'ютерних технологій у навчальній практиці значно полегшує та урізноманітнює сам процес навчальної діяльності [8:56]. Комп'ютерна підтримка навчання іноземних мов, яка носить назву Computer-Assisted Language Learning (CALL), що передбачає використання аудіо– та відео засобів та спеціальних програм під час вивчення нерідної мови, допомагає підвищувати мотивацію учня, нівелює його страх перед певною модульною роботою, а також допомагає вчителю зекономити час та об'єктивно оцінити знання кожного.

Отже, методика використання інноваційних комп'ютерних технологій відіграє велику роль у формуванні іншомовної компетенції учнів, допомагаючи вчителям ефективніше вмотивувати учнів вивчати іноземну мову, аргументуючи це акцентуалізацією на низку внутрішніх мотивів кожного учня. Таким чином, використання комп'ютерних технологій повинно стати невід'ємною частиною учбового процесу у всіх навчальних закладах нашої держави.

Література:

1. Кужель О. М., Коваль Т. І. Використання персонального комп'ютера у вивченні іноземних мов // Нові інформаційні технології навчання в навчальних закладах України: Науково-методичний збірник: – Вип. 8: Педагогіка / Редкол. : І. І. Мархель (гол. ред.) та ін. – Одеса: Друк, 2001.
2. Нісімчук А. С., Падалка О. С., Шпак О. Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник. – К. : Видавничий центр “Просвіта”, “Книга пам'яті України”, 2000. – 368 с.
3. Романенко Л. В. Використання мультимедійних технологій у вивченні англійської мови // Комп'ютер у школі та сім'ї. 2004. – №5. – 179 с.
4. Копылова В. В. Основные направления организации обучения иностранным языкам при проведении эксперимента по совершенствованию структуры и содержания общего образования // Коммуникативная методика. – 2003. – №3.
5. Полат Е. С. Интернет на уроках иностранного языка. // Иностранные языки в школе. – № 2. – 2001.
6. Полат Е. С. Интернет на уроках иностранного языка. // Иностранные языки в школе. – № 3. – 2001.
7. Ротмистров Н. Д. Мультимедиа в образовании // Информатика и образование. – 1994. – №4.
8. Международная конференция CALL – Computer Assisted Language Learning; Казань, 25 – 30 июня 1990 г. : Тез. докл. – Казань: КГУ, 1990. – 115 с.
9. Еремин Ю. В.. Методические аспекты использования компьютерной техники в обучении иностранному языку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://linguact. hyperlink. ru/articles/eremin. html>

Цьомик Марія Петрівна,
Національний університет "Острозька академія"

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ПРОЦЕСИ В ПОНЯТТЄВИХ ГРУПАХ ТЕРМІНОСИСТЕМИ EXPORT/ IMPORT OPERATIONS

Метою статті є довести наявність лексико-семантичних процесів в поняттєвих групах терміносистеми Export/Import Operations.

Ключові слова: лексико-семантичний процес, терміносистема.

This article is aimed to prove the existence the lexico-semantic processes in the notional groups of the term system "Export/Import Operations".

Key words: lexico-semantic process, term system.

Активізація розвинених країн на економічній карті світу спричинила посилення міжнародної торгівельної кооперації. Цілком природньо, що мова стала одним з найскладніших та найважливіших засобів комунікації комерційних відносин. Відповідно всі зміни є зафіксованими у економічному термінологічному фонді англійської мови. Однак сьогодні мало уваги приділяється вивченню особливостей функціонування терміносистеми Export/Import Operations на теренах української лінгвістики. Залишається непоміченим весь теоретичний та практичний потенціал цієї терміносистеми, яка в контексті подальших глобальних комерційних процесів стане метамовою світової кооперації. В зв'язку з цим вивчення семантичних процесів та особливостей цієї терміносистеми задля забезпечення міжнародного взаєморозуміння стає актуальним питанням сьогодення.

Питанням лексико-семантичних процесів в термінології займалися багато вчених-лінгвістів, зокрема, В. П. Даниленко, І. М. Кочан, О. С. Ахманова, М. М. Глушко, І. В. Зубченко, Л. Д. Джапарідзе, Б. М. Головін, О. І. Павлова, А. А. Реформатський та інші.

Кожен з лінгвістів намагався пояснити чи то спростувати наявність лексико-семантичних процесів в терміносистемах. В. П. Даниленко стверджує, що термінологіям різних мов притаманні лексико-семантичні процеси, оскільки термін не є штучно створеним елементом, а навпаки – граматично та лексично повноцінним словом чи словосполученням [1:12]. Вчений переконаний, що термінологію неможливо ізолювати від природних законів загальнонаціональної мови до якої вона належить. Таким чином весь потенціал слова у терміна зберігається і в певній ситуації може реалізуватися.

Мета статті – довести чи спростувати наявність семантичних процесів в поняттєвих групах терміносистеми Ex/Im Operations та дати коротку характеристику самим процесам.

Для здійснення змістовного лінгвістичного аналізу терміносистеми Ex/Im Operations ми окреслили поняттєвий апарат досліджуваної галузі. Спираючись на запропоновані А. В. Суперанською принципи моделювання систем понять, довели, що поняттєва система галузі Ex/Im Operations є результатом перетину декількох суміжних галузей, що становлять 7 груп термінів, що об'єднуються навколо наступних понять: загальнофінансові категорії, економічні відношення, страхова справа, ринок перевезень, бухгалтерська справа, митниця, юриспруденція, та документація. Було проаналізовано 3 поняттєві групи: страхова справа, митниця та документація. Ми описали значення термінів, користуючись їх дефініціями, які були зафіксовані в глосаріях термінології, що вивчалася та виявили певні лексико-семантичні процеси. Зокрема, полісемія була зафіксована в групі страхування. Наприклад: endorsement – 1. індосамент, передавальний напис на векселі; 2. підтвердження, схвалення; 3. доповнення до страхового полісу. Були виявлені синонімічні ряди в групах страхування (6, з яких 4 двослівні та 2 трислівні) та документації (4 ряди). Антоніми були зафіксовані у групах : документація (4 ряди) та страхування (1 ряд). У всіх трьох групах були зафіксовані гіпонімічні відношення, що підтвердило думку О. А. Коновалової про те, що терміни відображають взаємозв'язки явищ і речей, які позначаються ними, і це може бути досягнуто правильною класифікацією дійсності, яка термінується, на основі родових та видових явищ [2:79].

Таким чином, в результаті проведення лінгвістичного аналізу терміносистеми Ex/Im Operations, було доведено, що терміни, незважаючи на свої специфічні функції, можуть брати участь в лекси-

ко-семантичних процесах тим самим демонструють своє нештучне походження.

Література:

1. Даниленко В. П. Лексико-семантические и грамматические особенности слов-терминов// Исследование по русской терминологии. – М. : Наука, 1971. – 56 с.
2. Коновалова Е. А. Гипер-гипонимия в экономической терминологии// Филологические студии. – Симферополь, 2001. – № 2. – С. 79-85.

Черняховська Ольга Миколаївна,
Національний університет “Острозька академія”

СЕМАНТИКО-СТАТИСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛЕКСИКИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ХВОРОБ (НА МАТЕРІАЛАХ СЕРІЙ 1 СЕЗОНУ СЕРІАЛУ “HOUSE M. D.”)

У статті аналізуються структурно-семантичні особливості термінолексики, використаної у 1 сезоні серіалу “House M.D.” і подаються статистичні дані цього аналізу.

Ключові слова: термін, термінолексика, терміноодиниця.

This article provides with structural and semantic analysis of term lexicon's peculiarities used in the 1st season of House M.D. series. Statistical data of the analysis is also included.

Key words: term, term lexicon, term unit.

Розвиток медицини сприяє появі нових понять, які служать цікавим об'єктом вивчення для лінгвістів. Дослідженням медичних терміноодиниць з точки зору лінгвістики займаються Варнавська Е. В., Семенюк Л., Турчин В. М. та ін.. Серіал “House M. D.” служить основою вибору використаної в ній лексики для лінгвіста.

Актуальність цієї доповіді полягає в тому, що виконане дослідження розкриє та доповнить вчення про медичну термінолексику (на матеріалах 1 сезону серіалу “House M. D.”).

Метою доповіді – провести статистичний аналіз вживання медичної термінолексики у 1 сезоні серіалу “House M. D.” та класифікувати їх за семантичними групами.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення **наступних завдань**:

- визначити поняття “термін” та його характерні особливості;
- порівняти частотність використання тих чи інших медичних термінів на матеріалах 1 сезону серіалу “House M. D.”;
- охарактеризувати медичні терміноодиниці на позначення хвороб.

Об’єкт дослідження – медична термінологіка з матеріалів 1 сезону серіалу “House M. D.”.

Предмет – статистичний аналіз медичної термінологіки на матеріалах 1 сезону серіалу “House M. D.” та семантичний аналіз.

На думку І. Квітко, термін – це слово чи словесний комплекс, що співвідноситься з поняттям певної організованої галузі пізнання (у цьому випадку – медичної), які вступають у системні відносини з іншими словами та словесними комплексами й утворюють разом із ними в кожному окремому випадку та в певний час замкнену систему, котра характеризується високою інформативністю, однозначністю, точністю та експресивною нейтральністю [1: 21].

М. П. Кочерган визначає такі загальні ознаки термінів:

- Системність (кожен термін належить до якоїсь терміносистеми і своє значення отримує саме в цій системі);
- Наявність дефініції (визначення) в більшості термінів;
- Тенденція до моносемантичності (в межах свого термінологічного поля, тобто в межах певної науки, термін повинен мати тільки одне значення);
- Стилистична нейтральність [2: 219-220].

З серій 1 сезону серіалу “House M. D.” було проаналізовано 279 медичних терміноодиниць на позначення хвороб. Найбільш частотними з них є наступні: *tumor* (71) – *cancer* (63) – *infection* (41) – *lupus* (31) – *pneumonia* (22) – *stroke* (20) – *meningitis* (19) – *hepatitis “E”* (17) – *paralysis* (15) – *hepatitis “C”* (15) – *heart attack* (15).

Крім цих ознак, в основі більшості англійських медичних термінів містяться латинські і грецькі корені, через що ці терміноодиниці вважаються інтернаціональними (*appendicitis*, *vasculitis*, *nephritis*, *arthritis*, *dermatitis*). Для поповнення цієї термінології використовуються терміни-епоніми, в основному, на позначення: – хвороб: *Churg-Strauss vasculitis* (8), *Creutzfeldt-Jacob disease* (1), *Epstein-Barr virus* (5), *Guillain-Barre* (3), *Huntington’s disease* (1), *Lou Gehrig’s disease* (1), *Lyme disease* (5), *Wegener’s granulomatosis* (10), *Wernicke’s encephalopathy* (2) і т. д.; – ознак хвороб: *Keyser-Fleischer rings*; – певної частини органів тіла: *Broca’s area*. Назва деяких хвороб утворилася внаслідок їхнього географічного поширення, як, наприклад, *African trypanosomiasis* і *Stockholm syndrome*, або внаслідок іменування групи людей, серед яких цей вид хвороби був поширений, як-от *Legionnaire’s disease*. Для позначення медич-

ного терміна використовується теж назви міфічних істот (“*Cupid’s disease*” – *syphilis*).

У медичній термінологіці існують як парадигматичні (синонімічні, антонімічні та гіперо-гіпонімічні), так і синтагматичні відношення. Наприклад, *cancer* має такі види, як *bone cancer* (3), *colon cancer* (2), *colorectal cancer* (1), *breast cancer* (4), *brain cancer* (1), *lung cancer* (8), *ovarian cancer* (3), *pancreatic cancer* (1), *prostate cancer* (1), *rectal cancer* (2), *stomach cancer* (2) і *thyroid cancer* (2), що вказує на родо-видові відношення.

Синтагматичні відношення можна проілюструвати при поєднанні *bacterial* зі словами *endocarditis*, *infection*, *meningitis*. При словотворенні понять на позначення хвороб в основному використовуються багатокомпонентні терміни, переважно дво-, три- і чотирикомпонентні: *brain tumor* (9), *hemolytic anemia* (6), *acute interstitial nephritis* (1), *multifocal motor neuropathy* (2), *mixed connective tissue disease* (3). Однак такі терміноодиниці зазнають спрощення, скорочення, а саме використовуються скорочення. Наприклад, термін *Wilson’s Disease*, у медичній сфері, спростовується до ключового елемента *Wilson’s*; *subacute sclerosing panencephalitis* передається за допомогою повної аббревіації *S. S. P. E.*. Можливі випадки часткової аббревіації *tox* замість *toxoplasmosis*, *polio* – *poliomyelitis*.

Таким чином, медична термінологіка, що була використана у 1 сезоні серіалу “House M. D.”, характеризується наявністю значної кількості термінів-епонімів, аббревіацій, серед яких існують парадигматичні та синтагматичні відношення.

Література:

1. Квитко І. С. Термін в научному документі//І. С. Квитко. – Львов: “Высшая школа”, 1976. – 128с.;
2. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2000. – 368с.;
3. 1 сезон серіалу “House M. D.”. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ex.ua>.

Шикер Тетяна Василівна,
Національний університет “Острозька академія”

ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВСТВО ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ МОВОЗНАВЧОЇ НАУКИ

У статті висвітлено зміст поняття “Лінгвокраїнознавство” та визначаються його основні характеристики як напрям у мовознавчій науці.

Ключові слова: лінгвокраїнознавство, мова.

The article focuses on the notion “culture studies” and its main characteristics as the direction of linguistic science.

Key words: culture studies, language.

Кожна національна культура складається з національних елементів і не може цілком збігатися з іншою культурою. Як відомо, мова – носій культури, а культура кожного народу зафіксована у його мові.

Вивчення іноземної мови передбачає: ознайомлення з культурою країни, мова якої вивчається, традиціями, особливостями національного бачення світу народом – носієм мови. Правильне вживання чи розуміння деяких слів та фраз іноді залежить від знання історії їх походження, ситуацій, у яких їх можна використовувати, чи базових відомостей з літератури, історії, релігії, політичної реальності країни. Людина, яка вступає в іншомовне спілкування, має бути лінгвокраїнознавчо компетентною, володіти необхідним для цього рівнем мовленнєвих знань і умінь. Тому одночасно з вивченням мови, слід вивчати й культуру народу, який розмовляє цією мовою. Комплекс цих відомостей і методику їх викладання прийнято позначати терміном “лінгвокраїнознавство”.

Мета статті – розкрити значення поняття “лінгвокраїнознавство” та визначити основні аспекти даного напрямку науки.

Для досягнення мети поставлені наступні завдання: проаналізувати літературу з даного питання; вивчити попередній досвід науковців, які займалися цією проблемою.

Ролі лінгвокраїнознавчого аспекту як складової частини процесу навчання іноземної мови присвятили свої дослідження такі вітчизняні та зарубіжні науковці як І. К. Васильцова, Є. М. Верещагін, Л. Б. Воскресенська, О. О. Коломінова, В. Г. Костомаров, А. К. Солодкі, Robert Lado та ін.

Лінгвокраїнознавство – розділ науки про мову, який включає в себе навчання мови та подає певні відомості про країну, де вона є засобом спілкування. [1, с. 115].

В основі лінгвокраїнознавства лежать п'ять методологічних принципів. Перший принцип – це суспільна природа мови, яка постає як об'єктивна можливість залучення до нової дійсності. Єдність мови і національної культури реалізується в ряді функцій, з яких для лінгвокраїнознавства особливо важливі три, а саме: комунікативна функція, культуроносна та накопичувальна [4, с. 7].

Другий принцип – засвоєння людиною, національної культури, істотних фактів, норм і цінностей іншої національної культури.

Третій принцип – формування позитивної установки до народу – носія мови, адже вивчення мов починається з метою зближення народів.

Четвертий принцип – це цілісність і гомогенність мовного навчального процесу: країнознавча інформація підлягає витягу з природних форм мови і навчальних текстів, і не має привноситися ззовні.

Нарешті, п'ятий принцип також пов'язаний з уточненням специфіки країнознавства: країнознавчий аспект викладання реалізує в навчальному процесі, філологічний спосіб вторинного пізнання дійсності.

Лінгвокраїнознавство ставить своєю метою вивчення мовних одиниць, які найбільш яскраво відображають національні особливості культури народу – носія мови та середовище його існування [4, с. 58].

В число лексичних одиниць входять назви реалій (визначення предметів та явищ, які є характерними для однієї культури і відсутні в іншій), конотативна лексика (слова, що співпадають по основному значенню, та розрізняються за культурно-історичними асоціаціями) та фонова лексика, що означає предмети та явища, котрі мають аналоги в культурі, що порівнюється, та розрізняються за національними особливостями. Для лінгвокраїнознавства величезний інтерес становлять також фразеологізми, в котрих відображаються національна своєрідність історії, культури, традиційного образу життя народу – носія мови. [3, с. 56].

Висновок: Важливим є формування системи сучасних лінгвокультурних знань, переважно про специфіку мовних картин світу і відповідних особливостей мовної поведінки носіїв іноземної мови, яка вивчається, та застосування набутих знань в удосконаленні практики іншомовного спілкування, перекладу та в адекватному лінгвокультурному аналізі іноземної мови і мовлення. Об'єктом порівнювального лінгвокраїнознавства виступає, передусім, лексика і фразеологія. Лінгвокраїнознавство вивчає мовні одиниці, які найяскравіше відображають культурні особливості народу – носія мови та місце його існування.

Література:

1. Гапонова А. Б. Лінгвокраїнознавство. Англomовнікраїни : підручник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів / Алла Борисівна Гапонова. – Вінниця: Нова Книга, 2005. – 464с.
2. Павлюк Р. О. Лінгвокраїнознавство (англomовнікраїни) : підручник для студентів / Роман Олександрович Павлюк. – Полтава : ПДПУ імені В. Г. Короленка, 2009. – 24 с.
3. Мальцева Д. Г. Страноведение через фразеологизмы / Дарья Гнатовна Мальцева. – М. : Высшая школа, 1991. – 112 с.
4. Томахин Г. Д. Теоретические основы лингвострановедения / Григорий Дмитриевич Томахин. – М. : Высшая школа, 1991. – 116 с.
5. Моркотун С. Б. Відбір лінгвокраїнознавчого матеріалу для формування соціокультурної компетенції студентів мовного вищого навчального закладу [Електронний ресурс] / Сергій Борисович. – Режим доступу : <http://studentam.net.ua/content/view/8501/97/>

*Шомська Наталія Юрївна,
Національний університет "Острозька академія"*

НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОДІЇ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ

Статтю присвячено питанням взаємодії вербального та невербального компонентів у процесі комунікації. Особливу увагу приділено національним особливостям використання невербальних засобів спілкування у процесі міжкультурної комунікації.

Ключові слова: комунікація, вербальні засоби, невербальні засоби, жести, міміка, міжкультурна комунікація.

The article is devoted to the questions of interaction of verbal and nonverbal components in the process of communication. Special attention is paid to national peculiarities of the nonverbal means in the process of intercultural communication.

Key words: communication, verbal means, nonverbal means, gestures, mimicry, intercultural communication.

Роль міжкультурної комунікації є досить актуальною проблемою сьогодення, велике значення у якій відіграють як вербальні, так і невербальні засоби спілкування.

Актуальність теми зумовлена цілісним підходом до процесу комунікації як до єдності вербальних та невербальних компонентів спілкування. В процесі міжкультурної комунікації невербальне спілкування є її складовою і взаємопов'язаною з вербальним спілкуванням.

Невербальна комунікація неодноразово була об'єктом дослідження і вітчизняних, і зарубіжних вчених (праці Г. В. Колшанського, А. Піза, Н. А. Красавського, П. Екмана, Ю. Фаста, Т. Ніколаєва, А. Вежбицької).

Мета статті полягає у виявленні особливостей взаємодії вербальних та невербальних компонентів у процесі комунікації, що пе-

редбачає виконання наступних завдань: виявити національно-культурні особливості мовленнєвої поведінки різних народів, дослідити національну специфіку тлумачення жестів.

Науковими дослідженнями доведено, що за рахунок невербальних засобів відбувається від 40 до 80 % комунікації. [3] Один із найвідоміших фахівців з питань комунікації австралієць А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається всього 7% інформації, тоді як звуковими засобами (тон голосу, інтонація) – 38%, а за допомогою міміки, жестів, поз – 55%. [1, 173] Ці дані заставляють нас замислитись над значенням невербального спілкування для взаємопорозуміння людей, слід звернути особливу увагу на значення жестів і міміки людини, адже володіючи мистецтвом тлумачення цієї особливої мови, можна зрозуміти іншу людину, її ставлення до вас.

Сьогодні в умовах підвищеного інтересу до проблеми міжкультурної комунікації особливої актуальності набуває дослідження інтерпретації невербальних засобів спілкування, і національної специфіки мовленнєвої й не мовленнєвої поведінки.

Слід пам'ятати про те, що невербальна мова, як і вербальна має чітко спрямований національний характер.

При взаємодії культур можуть виникати непорозуміння у процесі комунікації, спричинені відмінностями вербальних і невербальних кодів у носіїв різних культур. Знання національної специфіки невербальних засобів спілкування з вербальними каналами інформації значно полегшить процес спілкування між представниками різних країн та національностей.

Питання семантики жестів стають особливо значущими при міжнаціональному спілкуванні. Помилки в інтерпретації відбуваються в основному при формальному збігу: подібному жесту надається те значення, яким він володіє у своїй культурі. Нерідкі випадки, коли однаковим жестам у різних культурах надається різне значення. Наприклад, відкрита долоня в Греції означає образу. Для іспанців, греків і італійців образливим є жест доторкання до мочки вуха. А в Португалії цей жест означає, що людина не розчула сказаного [2].

Відомі невербальні сигнали, в різних країнах несуть різну інформацію. Наприклад, більшість європейських народів передають згоду, хитаючи голову згори донизу. Болгари цим жестом передають незгоду, японці – лише підтверджують, що уважно слухають співрозмовника.

Популярний жест “коло”, утворене пальцями руки більшістю англомовних народів, а також, в Європі та Азії застосовують з метою передавання інформації про те, що все гаразд. Але, у Франції цей жест означає “нічого”, в Японії – “гроші, хабар” [3].

Доцільно зауважити, що не лише жести є важливими засобами невербального спілкування у процесі комунікації, а й міміка, інтонація, пози, простір. Міміка має дуже велике значення у процесі комунікації, так як обличчя співрозмовника завжди притягує наш погляд. Міміка допомагає краще розкрити та інтерпретувати емоційні стани людей.

Так, у Японії, де поширене обличчя-маска, представнику іншої культури важко зрозуміти співрозмовника. Французам, італійцям, іспанцям, навпаки, притаманна рухлива міміка; стриманіші у виявах невербальних символів фіни. Мімічні рухи мають у різних народів відмінне значення: українці підморгують аби на когось чи на щось звернути увагу, натякнути, покепкувати; англійці таким мімічним знаком супроводжують вітальні фрази або уживають його замість вітання; в багатьох східних культурах підморгування вважається поганою звичкою і може образити людину. Підняті брови в Німеччині означають захоплення, а в Англії – вираз скептицизму. [5]

Таким чином, у процесі комунікації використовуються різні елементи невербального спілкування, для того щоб підсилити або виділити вербальне повідомлення, що слугують ефективним засобом отримання та розуміння інформації. Слід пам'ятати, що кожен народ має свої культурні традиції і не знання їх може призвести до непорозуміння і навіть конфліктів. Отже, спілкуючись з представниками різних народів, потрібно враховувати традиції використання невербальних символів, щоб уникати труднощів із співрозмовником.

Література:

1. Діловий етикет. Етика ділового спілкування. – К. : “Альтерпрес”, 2003. – 368 с.
2. Махній М. М. Невербаліка і культура. – К. : Blox. ua, 2009.
3. Піз Аллан. Язык телодвижений. – Новгород, 1992.
4. Поваляєва М. А., Рутерем О. А. Невербальні засоби спілкування. / Серія “Вища освіта”. – Ростов н / Д: Фенікс, 2004. – 352 с.
5. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000.

Штогрин Галина Іванівна,
Національний університет “Острозька академія”

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ЯК СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОЇ ПРОМОВИ

Стаття розкриває поняття комунікативних стратегій побудови політичної промови, які формуються на основі комунікативних концепцій.

Ключові слова: комунікативна стратегія, концепція.

The article highlights the notion of communicative strategies used to make a political speech which are formed on the basis of communicative concepts.

Key words: communicative strategy, concept.

Мова впливає на людську свідомість і підсвідомість, примушуючи її робити певні висновки та спонукаючи до певних дій, через що, власне, проявляється її маніпулятивна функція. Мовою як ефективним та дієвим засобом маніпуляції користувалися в усі часи та періоди історії людства. Так, ще Арістотель та Плутарх аналізували публічну мову та формували основні принципи ораторського мистецтва, з допомогою якого можна було переконати слухачів, що лише та інтерпретація явища, яку висловлює промовець, є істинною. Публічне мовлення слід розглядати як вищий рівень володіння мовою, що дає змогу словом впливати на розум, волю та почуття слухачів, викликати інтелектуальне та емоційне співпереживання цільової аудиторії.

Маніпуляція та вплив на цільову аудиторію зазвичай є метою політичного мовлення, найпоширенішим вираженням якого є політична промова. Політична промова – це публічний виступ, який є ефективним засобом для одержання визнання та демонстрації лідерства.

Оскільки метою політичної промови є донести до слухача певну інформацію і вплинути на його свідомість та підсвідомість, то для досягнення успіху політик повинен використовувати певні засоби, так звані комунікативні стратегії, з допомогою яких промовець може ма-

ніпулювати цільовою аудиторією. Як свого часу зауважив Шопенгауер, мистецтво переконання – це не що інше, як вміле використання ледь помітних людських понять, завдяки яким відбувається практично непомітний перехід від одних переконань до інших [1:58].

Оратору не обов’язково подавати у своїй промові природний хід подій та факти. Основним його завдання є побудувати таку промову, яка б могла переконати слухачів в істинності викладених фактів [2]. Отже, комунікативна стратегія – це загальний всебічний план досягнення цілей, який представляє собою розробку основних напрямків промови.

На вибір конкретної стратегії промови впливають різноманітні фактори, як от мета промови, комунікативні установки чи характер взаємодії із слухачем. Перш ніж обрати відповідні стратегії та тактики при побудові політичної промови потрібно побудувати мисленнєво-мовленнєву основу доповідача – концепцію. Концепція – це першооснова, система знань про предмет, відбита стисло і коротко, над якою власне й вибудовується стратегія, яка є реалізацією певної концепції.

Стратегія як програма дій становить один із можливих варіантів реалізації концепції. Звідси робимо висновок, що концепція – поняття більш стале, в той час як стратегія – поняття варіативне, яке змінюється відповідно до ситуативної обстановки виголошення промови. А отже комунікативній стратегії повинні бути притаманні такі ознаки як гнучкість, варіативність та динамічність.

Щоб правильно обрати та застосувати комунікативну стратегію важливо визначити її основні складові частини. Насамперед це установка, яка в свою чергу також має два компоненти – завдання та надзавдання.

Наступним етапом побудови стратегії є формування кола питань із концепції промови. Важливо не лише виокремити ці питання, а й проаналізувати їх і сформулювати власне бачення вирішення цих проблем.

Невід’ємним елементом побудови комунікативної стратегії промови є розробка та передбачення можливих контраргументів з боку цільової аудиторії. Промовець повинен ніби стати своїм же опонентом, знайти протиріччя у своїй концепції та підготувати відповіді на питання, які можуть виникнути з боку аудиторії.

Отже, можна виділити таку загальну послідовність дій будь-якої комунікативної стратегії: спершу необхідно визначити установки та виділити із концепції окремі запитання, на які важливо дати відповідь у промові відповідно до специфічних особливостей цільової аудиторії; сформулювати тезу і дати відповіді на можливі контраргументи.

Література:

1. Schopenhauer A. 1819/73 – Die Welt als Wille und Vorstellung: 1. Bd. Vier Bücher, nebst einem Anhang, der die Kritik der Kantischen Philosophie enthält. 4. Aufl // A. Schopenhauer's sämtliche Werke / Hrsgn. v. Julius Frauenstadt. 2. Aufl: Neue Ausgabe. Bd. 2. Leipzig, 1891.

2. Аристотель. Риторика // Античные риторика; под ред. А. А. Тахо-Годи. – М. : МГУ, 1978. – С. 15–164.

Яремко Ольга Олександрівна,

Національний університет “Острозька академія”

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розкривається суть впливу гендеру на характер ведення електронної комунікації.

Ключові слова: *гендер, комунікація.*

The article develops the essence of gender factor's influence on the way to carry out electronic communication.

Key words: *gender, communication.*

На сучасному етапі розвитку суспільства особливо велике місце займає електронна комунікація. Інформаційні і телекомунікаційні технології з їх стрімко зростаючим потенціалом і відносно невеликими витратами відкривають великі можливості для нових форм спілкування як в окремих формах суспільного життя, так і суспільства в цілому.

Все більше й більше публікацій, присвячених саме гендерним аспектам електронної комунікації та гендерним аналізам в різних ситуаціях використання Інтернету (чатах, ICQ, віртуальних іграх, електронній пошті, блогах), з'являється у науковій літературі.

У теорії електронної комунікації існує три концептуальні теоретичні підходи: дефіцитний, диференціальний та домінантний [2]. Так, у рамках диференціального підходу, розвивається гіпотеза про стиль комунікативного суперництва, яке притаманне чоловічій електронній комунікації, та комунікативного співробітництва, яке характерне жіночій електронній комунікації [4]. На основі Інтернет – конференцій досліджено, що чоловікам характерне використання образів, сленгів, стверджувальних заяв, засобів самореклами, іронії і сарказму, майже відсутні запитання та вибачення. Чоловіки частіше використовують ситуацію “флейму”, тобто поштового розсилання образливих або грубих повідомлень. Напротивагу, жінки вживають

більше вибачень, подяк, рідко перебивають одна одну [5]. Момент спонтанності в електронній комунікації приводить до зворотного ефекту: відомо, що в спонтанному усному мовленні у звичайному дискурсі гендерні особливості проявляються контрастніше. В електронній комунікації таке явище не спостерігається [1].

Вважається, що такі показники як вік, статус, соціальна група та ін. теж можуть взаємодіяти із гендером. Використовуючи матеріал електронного спілкування було встановлено зв'язок гендерного параметру з віком та професійною діяльністю її учасників [5]. Етнічна приналежність та соціальний статус є менш важливими, що може свідчити про більшу демократичність електронного спілкування, хоча поняття “демократичність” в Інтернет просторі ще далеко від свого остаточного визначення [4].

В. Савіки, Д. Лінгенфелтер і М. Келлі встановили на прикладі електронного спілкування, що статевий склад комунікативної групи сильно впливає на прояв розбіжностей в віртуальному спілкуванні [3]. Якщо у колі людей, які спілкуються більше чоловіків, то мові учасників притаманні грубість, образливі вирази, часто факти викладаються безособово, без особистісного забарвлення, чіткі та аргументовані формулювання. Мовні засоби використовуються з метою встановлення та підтримки свого соціального статусу. Якщо ж у групі переважають жінки, то в мові переважає особиста інформація, вибачення, питання, часто висловлюються особисті думки та відповіді, спрямовані безпосередньо людині, яка запитує.

При вивченні гендеру в електронній комунікації все частіше застосовується підхід у рамках перформативної теорії гендеру Джудіт Батлер [5]. Цей підхід базується на основі таких припущень: жінки не є однорідною групою; гендер є динамічним параметром; культура ідентичності є досяжною; припущення, що стать, гендер і бажання – одне й теж є помилковим; виконання гендеру є обов'язковим, однак, форма цього виконання може видозмінюватися.

Учені, які розділяють цей підхід, виводять це поняття із проблемного поля “чоловічої/жіночої ідентичності”. У перформативних теоріях фокус вивчення переміщується від того як бути чоловіком або жінкою до того, як виразити, розіграти гендер: відбувається поступовий перехід від категорії ідентичності як якоїсь стабільної даності до практиків означування, коли гендер розглядається як дискурсив-

ний конструкт. “Гендерні” мовні акти показують як мовні ресурси привласнюються й структуруються в мовленні.

Останнім часом (в XXI столітті) стрімко розвивається і теорія Кіберспік [2]. Ця теорія вважається базовою для “виміру” й оцінювання “гендерного” простору в Інтернеті. Тут у силу зміни й удосконалювання технологій усе змінюється стрімко: комунікативні стратегії й тактики, сама кібермова, що породила ще одну форму мовлення (письмово-усну), межі кіберпростору й “текстові” презентації його учасників. Видозмінюється тут і гендер, і його теоретичне осмислення: від опису розбіжностей у гендерних комунікативних стилях переходять до поняття сприйняття цих розбіжностей залежно від самого гендеру.

Отже, проведений теоретичний аналіз основних підходів до вивчення гендерних аспектів віртуальної комунікації, показав, що на теперішній момент існують альтернативні моделі опису чоловічої і жіночої вербальної поведінки в мережі. Всі вони розглядають гендер як певний конструкт, соціальний продукт одержаний за певних умов. Всі теорії підкреслюють динамізм, мінливість і нестабільність гендерного параметра, що залежить від цілого ряду факторів, а також всі теорії підходять до осмислення гендеру через опосередковані середовищем і мовою вербальні практики.

Література:

1. Горошко Е. И. Изучение электронного дискурса в судебном речеведении / Е. И. Горошко // 36. науково-практичних матеріалів конференції “Теорія та практика судової експертизи і криміналістики”. – Х. : Право, 2004. – Вип. 4.
2. Горошко Е. И. Электронная коммуникация (постановка проблемы) / Е. И. Горошко // Вестник Воронежского Государственного Университета. Серия: Филология, Журналистика. – Воронеж, 2005, вып. 1.
3. Горошко Е. И. Теоретическое состояние проблемы половой дихотомии в вербальном поведении / Е. И. Горошко // Вербальные и невербальные дейксисы маскулинности и феминности. – Кривой Рог: МИЦ ЧЯКП, 1997.
4. Herring, S. 2000. Gender Differences in CMC: Findings and Implications / Herring, S. – In: CPSR Newsletter, 18, 1.
5. Blum, K. D. 1999. Gender Differences in Asynchronous Learning in Higher Education: Learning Styles, Participation Barriers and Communication Patterns / Blum, K. D. // JALN, 3, 1.

Ярмолюк Аліна Василівна,
Національний університет “Острозька академія”

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЇ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

У статті розглядається вплив рекламних текстів на споживача, їх психолінгвістичні аспекти.

Ключові слова: рекламні тексти, комунікація, адресат, психолінгвістичні засоби.

The article deals with the impact of advertisements on consumer, and its psycholinguistic aspects.

Keywords: advertising texts, communication, addressee, psycholinguistic tools.

Сучасна реклама стимулює не тільки комерційні операції, а й економічний прогрес в цілому. Більше того, реклама придбала першорядне значення і в суспільному житті та, в деякому розумінні, здатна “рухати” не тільки торгівлю і безпосередньо прилегли до неї галузі, а й власне сферу суто особистісних проявів, не видимих часом для стороннього ока.

Реклама вивчається, на сьогоднішній день, не тільки економістами та політологами як складова частина ринкових відносин, але різні її аспекти привертають увагу фахівців інших галузей наукового знання: лінгвістів – вербальні способи організації інформації в рекламному тексті, психологів – психологічна основа взаємодії змісту рекламного повідомлення з свідомістю споживача, психолінгвістів – питання мовної дії рекламного тексту на свідомість споживача-реципієнта і, відповідно, питання створення рекламних текстів, їх сприйняття та кодування в них впливає ефекту.

Рекламний текст як предмет лінгвістичного дослідження є об’єктом аналізу як зарубіжних, так і вітчизняних мовознавців, які досліджують рекламні тексти в різних аспектах: загальний лінгвістичний опис рекламних текстів (К. Бове, О. Зелінська, О. Медведєва,

Г. Почепцов); структурні та функціональні характеристики рекламних текстів (О. Зелінська, В. Зірка, Н. Коваленко, Ю. Корнєва); роль невербальних компонентів у рекламному повідомленні та їхню взаємодію із вербальними компонентами (Ю. Корнєва, І. Мойсеєнко).

Сучасний рекламний текст належить до текстів масового впливу, які розв’язують комунікативно-прагматичне завдання, спрямоване на забезпечення надійності, тривалості та ефективності процесу комунікації. Рекламне звернення презентує комунікатора його цільовій аудиторії, потенційним покупцям. Саме в рекламному тексті фокусується більшість елементів рекламної комунікації: ідея комунікації і використані коди, які допомагають сприйняттю цієї ідеї одержувачем звернення. Рекламне повідомлення можна розглядати як головний засіб, основний інструмент досягнення мети рекламної діяльності.

За даними психологів, на перегляд рекламного повідомлення реципієнтом витрачається в середньому 1, 5 секунди. Настільки короткий часовий проміжок інтенсифікує увагу реципієнта, змушує його більш цілеспрямовано “шукати” інформацію в тексті. Це спостереження психологів дозволило сфокусувати дослідження рекламних текстів на аспекті їх оптимального будови.

Як засвідчують дані психолінгвістичних дослідження сприйняття рекламного тексту характеризується: дефіцитом часу, наявністю перешкод, відсутністю установки на сприйняття. Тому рекламний текст повинен вирішувати завдання, сформульовані у відомій формулі “aida”: 1) *attention* – увага – текст повинен привернути увагу; 2) *interest* – інтерес – текст має зацікавити і спонукати до подальшого читання; 3) *desire* – порушити бажання мати – текст повинен містити мотивацію покупки пропонованого товару; 4) *action* – дія – текст повинен у кінцевому підсумку спонукати до дії, пропонуючи план дії і необхідну інформацію [4, с. 91]. Ці чотири частини містить будь-який рекламний текст, деякі частини, особливо два перше, можуть бути згорнуті, але зазвичай вони присутні в кожному рекламному тексті.

У психолінгвістиці акцентується аспект мовної дії. На думку Є. Ф. Тарасова, завдання реклами “полягає в тому, щоб зробити за покупця аналіз динаміки його потреб і дати йому готовий результат аналізу, при цьому в покупця не повинно виникнути сумнівів, що аналіз зроблений з його позицій і в його інтересах” [4, с. 26].

В. Зірка, враховуючи, що рекламні тексти спрямовані, у першу чергу, на те, щоб позитивно вплинути на адресата й спонукати його до виконання конкретної практичної дії, стверджує, що у рекламному тексті, як у жодному іншому, виявляється антропоцентричність. Останнє і є основною категорією рекламного тексту, яка визначає не лише його специфічні риси, але і наповнює їх особливим змістом [2, с. 15].

Отже, рекламний текст завжди прагматично орієнтований, і всі психолінгвістичні засоби в ньому спрямовані на те, щоб змусити адресата виконати потрібні рекламодавцеві дії і таким чином задовольнити потреби суб'єкта та адресата меседжу. Саме адресат є домінуючим у рекламній комунікації, його потреби, мотивація, інтереси є визначальними для рекламодавця, мета якого зробити ідентичною сферу інтересів реципієнта зі своєю власною.

Література:

1. Зелінська О. І. Лінгвальна характеристика українського рекламного тексту: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. "Українська мова" / О. І. Зелінська – Харків, 2002. – 17 с.
2. Зірка В. В. Языковая парадигма манипулятивной игры в рекламе: дисс.... доктора філол. наук: 10.02.02/ Зірка Вера Васильевна. – Днепропетровск, 2005. – 462 с.
3. Коваленко Н. Л. Лингвистическая обозначенность слогана в структуре рекламного текста: дисс.. кандидата філол. наук. 10.02.02/ Коваленко Нина Леонидовна. – Днепропетровск, 2006. – 190 с.
4. Тарасов Е. Ф. Психологічні особливості мови реклами // Психолінгвістичні проблеми масової комунікації. – М. : Наука, 1974. – С. 80-96.
5. Шишкіна М. А. Реклама на ринку інформації // Соціальне функціонування журналістики. – СПб., 1994. – С. 111-125.

Яськів Марія Богданівна,
Львівська комерційна академія

ОСОБЛИВОСТІ МОВНОГО КОНТАКТУ ІСПАНСЬКОЇ ТА ВАЛЕНСІЙСЬКОЇ МОВ

Стаття аналізує геополітичні та мовні особливості взаємодії іспанської та валенсійської мов.

Ключові слова: лінгвістична ситуація, мовна інтерференція.

The article analyses geopolitical and linguistic peculiarities of the contact between Spanish and Valencian languages.

Key words: linguistic situation, language interference.

В автономній області (АО) Іспанії Валенсія співіснують дві мови: валенсійська (*icn. el valenciano, kam. el valencià*) та іспанська (*icn. el español, el castellano, kam. el castellà*). Питання статусу валенсійської є суперечливим, оскільки, з точки зору лінгвістики та з урахуванням факторів історії романських мов, валенсійські говірки (або валенсійський діалект) трактуються як місцеві діалекти каталанської мови західної групи. Однак, частина націоналістичних організацій АО Валенсія, а також ті організації, які виступають за збереження Валенсії у складі Іспанії, стверджують, що валенсійська говірка є окремою мовою, відмінною від каталанської. При цьому, більшість мовознавців [2: 216, 7: 277] визнає, що говірки, поширені на території Валенсії, є частиною каталанської мови. З метою політкоректності каталанську мову іноді називають каталансько-валенсійською. Статут Автономної області Валенсія офіційно називає каталанську мову на території області валенсійською мовою [6: 21]. З огляду на викладене вище та беручи до уваги соціолінгвістичний характер дослідження, надалі називатимемо цей каталанський діалект валенсійською мовою.

Відповідно до дослідження уряду Валенсії (*Generalitat Valenciana*) у червні 2005 р. приблизно 94 % розуміють валенсійську мову, 78 % можуть нею розмовляти, близько 50 % – вміють писати валенсій-

ською [4: 430]. Інше урядове дослідження (*Servei d'Investigació i Estudis Sociolingüístics*), опубліковане у жовтні 2007 р. показало, що лише 39, 5% вживають валенсійську вдома, 33% спілкуються нею з друзями, та лише 18, 8% використовують її у супермаркетах [5: 27]. Згідно з нашими спостереженнями у місті Валенсія, валенсійська мова для тих осіб, для яких вона є рідною, як правило, є повсякденною мовою та використовується у неофіційних та меншою мірою офіційних ситуаціях спілкування з носіями мови. Однак при спілкуванні з особами, які валенсійською не володіють (іспаномовне населення Валенсії, іммігранти з інших АО Іспанії та з-закордону), носії валенсійської переходять на іспанську. При цьому, іспаномовні жителі, навіть маючи базові знання валенсійської, як правило розмовляють виключно іспанською. Така лінгвістична ситуація пояснюється загальнодержавним статусом іспанської мови. Внаслідок цього статус іспанської мови як мови престижу, порівняно з валенсійською, є набагато вищим.

Тривале співіснування іспанської і валенсійської мов призвело до мовних, мовленнєвих, культурних запозичень. Мовна інтерференція, як результат такої взаємодії, відбувається більшою чи меншою мірою на усіх рівнях іспанської мови [1: 92, 3: 416 – 418, 6: 75 – 78]:

1) фонетичному (наприклад, явище сесео (*seseo*); вимова відкритого, закритого і нейтрального *e*: *кат. València* – *вален. València* – *існ. Valencia*; оглушення та подовження дзвінких приголосних *b, d, g* в кінцевій позиції складу: *Madrid* [ma'drit], *agradable* [ak:ra'dap:le]; випадіння кінцевого *n* та відповідне скорочення складу: *Castelló* – *Castellón*, *mà* – *mano*, *Martí* – *Martín* та ін.);

2) морфологічному (вживання означеного артикля перед власними назвами – іменами людей, що в літературній іспанській мові вважається просторіччям: *en (el) Joan, la Mireia, l'Andreu, la Núria*; взаємозаміна прийменників: *a/en: sentarse a la mesa/en la mesa* тощо);

3) лексико-семантичному *l'avinguda* – *la avenida, el carrer* – *la calle, la rajola (la rayola)* – *el azulejo, menjar* – *comer*; інтерфероване вживання фраз *¡la mare que va!*, *¡nos ha fotut!*, *¡collons el tío!*, *en fi, bon dia*; вживання власних назв у валенсійській формі: *Alacant* – *Alicante, Elx* – *Elche* тощо;

4) синтаксичному (вживання конструкцій *haber de* та *tener de* замість *tener que*: *Haig de comprar-me sabates* – *Tinc de comprar-me sabates* – *Tengo que comprar-me zapatos*; введення питальних речень

сполучником *que*: *¿Que viene Juan?*, *¿Que cuándo vais al pueblo?* *¿Que qué haces?*

Таким чином, можна зробити висновки про те, що мовний контакт як взаємодія цих двох мов романської групи має своїм результатом взаємний вплив на фонетичну і граматичну структури та словниковий запас як валенсійської мови, так і іспанської мови у Валенсії.

Література:

1. Blas J. L. La interferencia lingüística en Valencia (dirección: catalán – castellano). Estudio sociolingüístico. – Castellón de la Plana: Ed. Universitat Jaume I, 2003. – 167 p.
2. Blas J. L. Las comunidades de habla bilingües // Temas de sociolingüística española. – Zaragoza: Libros Pórtico, 1998. – Pp. 207 – 241.
3. Casanovas Catalá M. Análisis cualitativo y cuantitativo de la morfosintaxis de una segunda lengua: el caso del español en contacto con el catalán. – Lérida: Ed. Universidad de Lérida, 2000. – 567 p.
4. Climent-Ferrando V. The origins and evolution of language secessionism in Valencia. An analysis from the transition period until today // Actes del XXIX Congrés Lingüístic. – Barcelona: Ed. UB, 2009. – Pp. 427 – 452.
5. Mollà D. Enquesta sociolingüística al País Valencià. – Alacant: Ed. Universitat de Alacant, 2010. – 89 p.
6. Payrató Ll. La interferència lingüística (comentaris i exemples català-castellà). – Terrassa: Curial Edicions Catalanes, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2005. – 185 p.
7. Turell M^a. T. L'alternança de llengües i el préstec en una comunitat interètnica // La sociolingüística de la variació. – Barcelona: PPU, 1995. – Pp. 259-293.

Arthur Yacenko,

Lviv Commercial Academy, Lviv

LINGUISTIC ASPECTS OF COMMUNICATION OF THE HISPANIC POPULATION IN THE UNITED STATES

The article is aimed to highlight the underlying reasons of "Spanglish" phenomena, its varieties and the view on its essence.

Key words: code-switching, sociolect.

У статті розглядається явище "англійської іспанської мови", його причини, різновиди та погляди щодо його сутності.

Ключові слова: перемикування коду, соціолект.

The Hispanic population of the United States of America is mostly bilingual by nature and consequently tends to use elements of Spanish and English languages in conversing with each other. The phenomenon of concurrent use of more than one language, or language variety, in conversation is named depending on smaller or larger extent respectively linguistic interference or code-switching. In the Hispanic communities, the term **Spanglish** refers to the blend at different degrees of Spanish and English, in the speech of people who speak parts of two languages, or whose normal language is different from that of the country where they live.

The *Encyclopedia of Linguistics* defines Spanglish as "the collective name of a group of mixed languages and dialects used along Mexican-American border and adjacent territories, which combine the features of English and Spanish in various combinations depending on proximity to the border, individual characteristics of speaker, style of speech and so on [2]. The phenomenon is also known in the Spanish language itself under the names of *ingañol*, *espaninglis*, *espanglish*, *espanglés*, *espangleis*, *espanglis* or *pocho* (on the southern side along the Mexican-American border). Sometimes terms *cubonics* (mostly in Florida) and *Tex-Mex* (preferentially in Texas) are used to define this language variety. The similar code switching used in Gibraltar is called Llanito [2]. The linguistic area of Spanglish expansion is determined by the same factors which produce

linguistic interference and code-switching: close cross-border contacts and large bilingual communities. Thus Spanglish is common on the northern side along the United States-Mexico border and states of California, Oregon, Washington, Texas, Arizona, New Mexico, Florida, New Jersey, the cities of Atlanta, New York and Chicago, and in Puerto Rico.

The situation which appeared around this lingual question is truly unconcerned.

From one side English and Spanish purists are trying to undervalue the meaning of the new emerging sociolect, from the other side – there are numerous supporters of Spanglish – some of the modern writers can drop some Spanglish words in their works (Sandra Cisneros, Julia Álvarez, Roberto G. Fernández), or even some magazines are being published, such as "Latina magazine" or "Generation ñ" [1].

The interference of Spanish and English is produced practically at all levels of language: phonology, morphology, word-building (*luncheat* – *eat lunch*, *chequear* – *to check*), vocabulary (*browser*, *frame*, *link*, *cookie*, *chat*, *mail*), semantics and syntax ("Oye, me estoy frizando y el estin esta broken. Close the door. Vamos a lonchar or what?" – "Hey, I'm freezing and the steem is broken. Close the door. Are we going to have a lunch, or what?" [5: 522]). There can be given a lot of examples, including the translation of "Don Quixote" from Spanish to Spanglish by Ilan Stavans [6: 253].

There are different interpretations of Spanglish from the linguistics viewpoint – dialect, creole language, jargon or pidgin, or a fully independent language system – which all, in our opinion, seem to be contradictory and therefore not quite correct. A variety of Spanish which has absorbed many anglicisms is still Spanish, i. e. a complete natural language, and consequently cannot at the same time be a reduced or partial form of a language such as a jargon or pidgin. As used by linguistics, the term creole language refers to a new language that arises when a reduced contact vernacular such as a pidgin is expanded in subsequent generations into a complete natural language [3: 221]. In this sense, no manifestation of Spanglish qualifies as a creole language. Thus we are inclined to interpret the phenomenon of Spanglish as **language variety of Spanish** or **interfered language based on Spanish**.

Despite Spanglish being the center of discussions, we share the opinion of Ernesto Quiñónez – "It's a new language being born out of the ashes of two cultures clashing with each other" [4: 212] – and in conclusion can

only admit that it is a part of a new culture, a new language variety with a strong potential to be revealed in future.

References

1. Álvarez L. It's the talk of Nueva York – the hybrid called Spanglish // N. Y. Times, – March 25, 1997. – Web source: <http://wolfweb.unr.edu/homepage/calabj/pdf/spanglish.pdf>
2. International Encyclopedia of Linguistics. Edited by William J. Frawley. Second Edition. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 1257 p.
3. Lipski J. M. Is “Spanglish” the third language of the South?: truth and fantasy about U. S. Spanish // The Pennsylvania State University Journal of Linguistics. – University Park, Pennsylvania: Penn State Publishing, 1998. – Pp. 209-234.
4. Quiñónez E. Bodega Dreams. – New York: Vintage Contemporaries, 2000. – 316 p.
5. Rothman J., Rell A. B. A linguistic analysis of Spanglish: relating language to identity // Linguistics and the Human Sciences. – Vol. 7, No 3 (2010). – Sydney: University of Sydney Press, 2010. – Pp. 521 – 545.
6. Stavans I. The Gravitas of Spanglish // The Making of a New American Language. – New York: Rayo, 2009. – Pp. 253-276.

ЗМІСТ

<i>Antoniuk Nataliia Mykolaiivna</i> THE ESSENCE OF LANGUAGE PORTFOLIO AS AN INTEGRAL PART OF MODERN TECHNOLOGIES' FOREIGN LANGUAGE TEACHING	3
<i>Бадзян Ольга Ігорівна</i> ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ	6
<i>Беднарчик Роман Миколайович</i> ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВФЕМІЇ В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ: ЛІНГВІСТИЧНИЙ ПІДХІД	9
<i>Беклемишева Анжеліка Олександрівна</i> ІНДИЦІАЛЬНІ ОЗНАКИ ОСОБИСТОСТІ НАРАТОРА В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ПРОЗІ	14
<i>Бережницька Христина Богданівна</i> УТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ І ЙОГО РOLЬ В ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	16
<i>Бондар Оксана Василівна</i> СИНТАКТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЕМФАТИЗАЦІЇ ЯК СПОСІБ ВПЛИВУ НА СЛУХАЧА У ПРОМОВАХ БРИТАНСЬКОГО ЕКС-ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА ГОРДОНА БРАУНА	19
<i>Булат Ольга Русланівна</i> ЛЕКСИКА НА ПОЗНАЧЕННЯ МОРСЬКОГО ПОБУТУ В РОМАНАХ РАФАЕЛЯ САБАТІНІ “ОДІССЕЯ КАПІТАНА БЛАДА” ТА “ХРОНІКА КАПІТАНА БЛАДА”	22
<i>Гвоздова Марія Миколаївна</i> ПРИЧИНИ ІСНУВАННЯ НЕОДНОЗНАЧНОСТІ ПІД ЧАС ПОШУКУ ВІДПОВІДНИКІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ	25
<i>Глівінська Анастасія Валентинівна</i> ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ АНГЛОМОВНОГО ТЕКСТУ КОМІЧНОГО ЖАНРУ	28
<i>Гончарова Ірина Юріївна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ СОЦІАЛЬНО-ДІАЛЕКТНОЇ ЛЕКСИКА У ТЕЛЕМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ	31

<i>Гордасевич Віолетта Ігорівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	33
<i>Горчак Роман Святославович</i> АНГЛІЙСЬКА ТА УКРАЇНСЬКА МОВНА ТРАДИЦІЯ В ЕТИКЕТІ	36
<i>Господаренко Аліна Ростиславівна</i> ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ “КАТЕГОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ” (на прикладі англomовних художніх творів)	39
<i>Гребенюк Іванна Михайлівна</i> ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ПОЧУТТЯ ЛЮБОВІ	42
<i>Гринчук Андрій Вікторович</i> СПІВВІДНОШЕННЯ ПОЛІВ ДОБРО-ЗЛО НА ОСНОВІ УКРАЇНСЬКОЇ (КОТИГОРОШКО) ТА АНГЛІЙСЬКОЇ КАЗКИ (JACK THE GIANT-KILLER)	45
<i>Грицюта Ольга Анатоліївна</i> ГУМОРИСТИЧНА ПАРАДИГМА БРИТАНСЬКОГО МЕНТАЛІТЕТУ	49
<i>Груша Наталія Іванівна</i> РОЛЬ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ У СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ	52
<i>Гулько Дар’я Вадимівна</i> ЗАЛУЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ РЕСУРСІВ У ПРОЦЕС ВИВЧЕННЯ МОВИ	55
<i>Джиган Надія Григорівна</i> ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ОЗНАКИ РЕАЛІЗАЦІЇ НЕПРАВДИВОГО ВИСЛОВЛЮВАННЯ	58
<i>Дзьоба Юлія Андріївна</i> ЕМОЦІЙНИЙ ВПЛИВ СТИЛІСТИЧНИХ ФІГУР НА СПРИЙМАННЯ СУДОВИХ ПРОМОВ	61
<i>Дідик Анна Віталіївна</i> ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ: ПРИЧИНИ ТА ПРОЯВ	65
<i>Дорошенко Надія Олександрівна</i> ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ВИКОРИСТАННЯ ТЕРМІНІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ	67
<i>Захарчук Наталія Василівна</i> МОВНІ КОНТАКТИ ТА СТАНОВИЩЕ МОВИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН	70

<i>Кадайська Віта Геннадіївна</i> ТРАНСПОЗИЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРЕФІКСА А- ЗІ ЗНАЧЕННЯМ ЛОКАТИВНОСТІ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	73
<i>Каламаж Вікторія Олегівна</i> ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЕВОЇ ПОВЕДІНКИ ВЕДУЧИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ТОК-ШОУ	76
<i>Кичан Ірина Олександрівна</i> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ КОМУНІКАТИВНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА	79
<i>Ковч Аліна Миколаївна</i> КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ	82
<i>Коляда Ганна Олександрівна</i> СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ “МОВЛЕННЕВИЙ ЖАНР” І “МОВЛЕННЕВИЙ АКТ”	85
<i>Кордіяка Марія Зеновіївна</i> ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КІНОДИСКУРСУ	88
<i>Котлінська Ольга Миколаївна</i> ДІАЛЕКТНА ВАРІАТИВНІСТЬ АМЕРИКАНСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (AMERICAN ENGLISH)	91
<i>Кривцун Вікторія Олександрівна, Тутевич Яна Сергіївна</i> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТІВ У ФОРМІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ГЛЮТОНІМАМИ	94
<i>Крижанівська Ольга Євгенівна</i> РЕАЛІЗАЦІЯ ФУНКЦІЇ ВПЛИВУ В СФЕРІ ІНФОРМАТИВНО- РЕГУЛЯТОРНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	96
<i>Кулик Юлія Віталіївна, Сукачова Ірина Юріївна</i> МОЛОДІЖНА СМС-КОМУНІКАЦІЯ: ПРАГНЕННЯ ДО НАСЛІДУВАННЯ УСОГО МОВЛЕННЯ	98
<i>Лековкіна Ольга Михайлівна</i> КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИВІТАНЬ	100
<i>Логвина Марина Степанівна</i> ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЇ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ПРЕСІ	102
<i>Матвійчук Оксани Михайлівни</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ЛЮДИНИ ЗАСОБАМИ НІМЕЦЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ З КОМПОНЕНТОМ-ПРИКМЕТНИКОМ “ВЕЛИКИЙ”	105

<i>Миرونчук Наталія Романівна</i> ДОМІНАНТНІ РИСИ КУЛЬТУРИ В АНГЛОМОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	108
<i>Миропольська Катерина Вікторівна</i> ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ В ПУБЛІЦИСТИЦІ	110
<i>Мовчан Ірина Юрійвна</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ НАВИЧОК У СТУДЕНТІВ	112
<i>Моїсєєва Олена Сергіївна</i> ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАКРО- ТА МІКРОСТРУКТУРИ СЛОВНИКА	115
<i>Морозовська Аліна Володимирівна</i> НОВІТНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ	118
<i>Музичук Олена Миколаївна</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЇ	120
<i>Новак Вікторія Володимирівна</i> РОЛЬ МЕТАФОРИ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	122
<i>Новоселецька Світлана Володимирівна</i> ОСНОВНІ ФОНЕТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КАНАДСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	126
<i>Огей Мирослава Вадимівна</i> ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	130
<i>Огнівчук Ніна Василівна</i> АНАЛІЗ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У ПОЛІТИЧНИХ СЛОГАНАХ ПРЕЗИДЕНТІВ США	132
<i>Огороднік Катерина Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНИХ ІНТЕРАКЦІЙ У РІЗНОСТАТЕВИХ І ОДНОСТАТЕВИХ ВЗАЄМИНАХ	136
<i>Ольговська Євгенія</i> “ВИЯВЛЕННЯ МІЖТЕКСТОВИХ ЗВ’ЯЗКІВ У РОМАНАХ ДЖ. ОСТІН “ГОРДІСТЬ ТА ГОНОР” ТА Х. ФІЛДІНГ “ЩОДЕННИХ БРІДЖИТ ДЖОНС”	139
<i>Омельченко Уляна Володимирівна</i> ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ	142

<i>Пампурак Анжела</i> ЗАСТОСУВАННЯ УЧНІВСЬКИХ КОРПУСІВ ТЕКСТІВ ПРИ НАВЧАННІ ЛЕКСИКИ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	144
<i>Пастушок Євгенія Олександрівна</i> РЕАЛЬНІСТЬ ТА ДІЙСНІСТЬ ЖІНКИ В РОМАНІ ДЖ. ОСТЕН “ЕММА”	147
<i>Пилипчук Мар’яна Ігорівна</i> ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙМАННЯ ТЕКСТУ В ПРОЦЕСІ МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	150
<i>Попчук Марія Анатоліївна</i> ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ	154
<i>Поток Людмила Михайлівна</i> ТАКТИКА КОМПЛІМЕНТУ ТА ПОХВАЛИ В КОНСТРУЮВАННІ “ПОЗИТИВНОГО ОБРАЗУ” ЖІНКИ-СПІВРОЗМОВНИЦІ, НА ПРИКЛАДІ ТОК-ШОУ	157
<i>Пошук Катерина Сергіївна</i> ГЕНДЕРНІ МАРКЕРИ, ПРИТАМАННІ ЧОЛОВІЧОМУ ТА ЖІНОЧОМУ ПИСЕМНОМУ МОВЛЕННЮ	160
<i>Радченко Ганна Володимирівна</i> ЗМІСТ НАВЧАННЯ УЧНІВ СТАРШИХ КЛАСІВ З ПОГЛИБЛЕНИМ ВИВЧЕННЯМ ІНОЗЕМНИХ МОВ ВИКОРИСТАННЯ ЖЕСТІВ АНГЛОМОВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК КОМПОНЕНТА ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ	164
<i>Рогова Дарина Богданівна</i> ЗАГАЛЬНОВЖИВАНА ЛЕКСИКА ЯК ДЖЕРЕЛО ПОПОВНЕННЯ СКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ВІЙСЬКОВИХ СЛЕНГІЗМІВ	167
<i>Ропя Віра Павлівна, Руденко Світлана Миколаївна</i> УКРАЇНА – АМЕРИКА: ДІАЛОГ КУЛЬТУР У НОМІНАЦІЯХ ХАРЧУВАННЯ	170
<i>Савчук Володимир Андрійович</i> ЧОЛОВІЧИ ТА ЖІНОЧІ ОПОЗИЦІЇ В РОМАНІ “ВОГНЕМ І МЕЧЕМ” Г. СЕНКЕВИЧА	173
<i>Сергійко Марія Олександрівна</i> ГЕРОЙ ІЗ ДВОМА ОБЛИЧЧЯМИ: РОМАНТИЧНИЙ БУНТАР ЯК ГЕРОЙ МОНОМІФУ (на матеріалі драматичної поеми Адама Міцкевича “Дяди”)	176

<i>Сотнікова Ірина Олександрівна, Косенко Юлія Вікторівна</i> ЕТИКЕТНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	179
<i>Старостіна Вікторія Валеріївна</i> ІМ'Я (НІКНЕЙМ) ЯК САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ У ВІРТУАЛЬНИХ КОНФЕРЕНЦІЯХ	182
<i>Степанець Людмила Іванівна</i> ФУНКЦІЇ ЗМІ	185
<i>Степанова Катерина Дмитрівна</i> ПЕРІОДИЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИКОГРАФІЇ	187
<i>Студинець Юлія Ростиславівна</i> РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ У ВИВЧЕННІ ГРАМАТИКИ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	190
<i>Талашко Юлія Вікторівна</i> ОСОБЛИВОСТІ КАНАДСЬКОГО ВАРІАНТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У КАНАДСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ	194
<i>Тарарай Олеся Миколаївна</i> ОСОБЛИВОСТІ МІКРО- ТА МАКРОСТРУКТУРИ ДВОМОВНОГО СЛОВНИКА	198
<i>Тимченко Мирослава Олександрівна</i> ВИРАЖЕННЯ КОГНІТИВНИХ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МОВІ ЗМІ	201
<i>Ткаченко Вікторія В'ячеславівна</i> ЗВЕРТАННЯ В РОДИННОМУ ДИСКУРСІ	204
<i>Товарков Олександр Олександрович</i> ЕВОЛЮЦІЯ ТЕКСТУ ЯК МОВНОЇ КАТЕГОРІЇ	206
<i>Тусик Надія Миколаївна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ЯВИЩА ЕНАНТІОСЕМІЇ У ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	209
<i>Тусь Наталія Миколаївна</i> КЛЮЧОВІ ЛІНГВІСТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ГРАМАТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ПРАЦЯХ	212
<i>Федірко Оксана Дмитрівна</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ ДІЄСЛІВ МОВЛЕННЯ В РОЗМОВНОМУ ТА ГАЗЕТНОМУ СТИЛЯХ	215

<i>Федорончук Тетяна Вікторівна</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ГРУПИ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ	219
<i>Ханас Ольга Миколаївна</i> БІЛІНГВІЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО ВИНИКНЕННЯ ЯВИЩА ПЕРЕМИКАННЯ МОВНОГО КОДУ	222
<i>Харченко Людмила Анатоліївна</i> МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ У СУЧАСНОМУ РЕКЛАМНОМУ ТЕКСТІ (на матеріалі англomовних журналів для жінок)	225
<i>Хоменко Олександра Костянтинівна</i> ЗАСТОСУВАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ У ВИВЧЕННІ ГРАМАТИКИ	229
<i>Цурукіна Ганна Андріївна</i> ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ УЧНІВ	233
<i>Цьомик Марія Петрівна</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ПРОЦЕСИ В ПОНЯТТЄВИХ ГРУПАХ ТЕРМІНОСИСТЕМИ EXPORT/IMPORT OPERATIONS	236
<i>Черняховська Ольга Миколаївна</i> СЕМАНТИКО-СТАТИСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛЕКСИКИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ХВОРОБ (на матеріалах серій 1 сезону серіалу “House M. D.”)	239
<i>Шикер Тетяна Василівна</i> ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВСТВО ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ МОВОЗНАВЧОЇ НАУКИ	242
<i>Шомська Наталія Юріївна</i> НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОДІЇ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ	245
<i>Штогрин Галина Іванівна</i> КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ЯК СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОЇ ПРОМОВИ	248
<i>Яремко Ольга Олександрівна</i> ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	251

*Ярмолюк Аліна Василівна*ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЇ
РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ254*Яськів Марія Богданівна*ОСОБЛИВОСТІ МОВНОГО КОНТАКТУ
ІСПАНСЬКОЇ ТА ВАЛЕНСІЙСЬКОЇ МОВ257*Arthur Yacenko*LINGUISTIC ASPECTS OF COMMUNICATION
OF THE HISPANIC POPULATION IN THE UNITED STATES260

Збірник наукових праць

СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ ЗАПИСКИ
Серія “Філологічна”

Випуск 5

Технічний редактор Роман Свиначук

Комп’ютерна верстка Наталії Крушинської

Художнє оформлення обкладинки Катерини Олексійчук

Формат 42х30/8.

Папір офсетний. Друк різнографія.

Ум. друк. арк. 15,25. Гарнітура “TimesNewRomanC”

Наклад 100 прим.

Видавництво Національного університету “Острозька академія”
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.

Свідоцтво про державну реєстрацію

РВ №1 від 8 серпня 2000 року.